

# **Toimijoiden kokemuksia lisämi ja Tienoot -sivustosta**

**Elisa Ryhänen  
Saija Tervo**

**Opinnäytetyö**

**Liiketalouden koulutusohjelma**



**SAVONIA-AMMATTIKORKEAKOULU****OPINNÄYTETYÖ  
Tiivistelmä**

Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala	
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma	
Työn tekijä(t) Ryhänen Elisa ja Tervo Saija	
Työn nimi Toimijoiden kokemuksia lisalmi ja Tienoot -sivustosta	
Päiväys      11.5.2010	Sivumäärä/Liitteet      39/3
Ohjaaja(t) Matilainen Iiris	
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Iisalmen kaupunki	
<p><b>Tiivistelmä</b></p> <p>Internet on kasvattanut merkitystään yritysten toiminnassa. Yritysten löydettävyyttä internetistä pidetään tärkeänä. Yhä useammat yritykset harjoittavat liiketoimintaansa sähköisesti verkkokaupan muodossa. Markkinointiympäristön laajentuminen verkkoon on mahdollistanut yritysten paremman näkyvyyden markkinoilla. Internet mahdollistaa myös uusien yritysten nopean ja helpon markkinoille tulon.</p> <p>Opinnäytetyö tehtiin toimijoiden kokemuksista lisalmi ja Tienoot -sivustosta Iisalmen kaupungin pyynnöstä. Toimeksiantona oli saada toimijoiden mielipiteitä sivustosta ja sen käytöstä ensimmäistä kertaa. Tutkimus keskittyi pelkästään sivuston toimijoihin. Tutkimuksen ulkopuolelle rajattiin sivuston yksityiset käyttäjät, koska he ovat aivan oma sivuston käyttäjäryhmänsä. Toimijalla tarkoitetaan Iisalmissa tai sen lähialueella toimivaa yrittäjää tai yritystä, joka toiminnassaan käyttää lisalmi ja Tienoot -sivustoa yhtenä markkinointikanavana. Tutkimuksen ulkopuolelle rajattiin myös sivuston esteettömyys, koska sivuston näkymä on erilainen toimijalle kuin yksityisasiakkaalle. Aiheesta ei ollut aiempaa tutkimusta, koska kyseessä oli tuore sivusto, joka oli perustettu kesällä 2008.</p> <p>Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää lisalmi ja Tienoot -sivustoon toimivuuteen liittyvät ongelmat, mahdolliset kehitysehdotukset sekä toimijoiden tyytyväisyys ylipäätensä sivustoon ja sen sisältöön haastatteleamalla sivuston toimijoita. Tavoitteena oli antaa toimeksiantajalle tarvittavaa tietoa lisalmi ja Tienoot -sivuston toimijoiden mielipiteistä sivuston kehittämiseksi vastaamaan paremmin käyttäjän tarpeita. Työn tuloksista selviää tärkeimmät kehityskohteet, joita tulisi edistää, että sivustosta tulisi toimivampi.</p> <p>Tutkimus oli kvalitatiivinen ja aineisto kerättiin teemahaastattelulla, jota varten laadittiin teemahaastattelurunko. Kerätty aineisto litteroitiin ja analysoitiin aineistolähtöisellä sisällönanalyysillä. Analysoinnin tuloksena saatiin viisi teoreettista käsitettä, jotka olivat tärkeimmät kehittämiskohteet toimijoiden mielestä. Nämä käsitteet olivat sisällön monipuolistaminen, päivittämisen tarpeellisuus, jäsenyys, sivuston suunnittelu ja sivuston löydettävyys.</p>	
<p><b>Avainsanat</b></p> <p>Toimivuus, käytettävyys, käyttäjätyytyväisyys ja sisältö</p>	
Julkinen	

**SAVONIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES****THESIS  
Abstract**

Field of Study Social Sciences, Business and Administration	
Degree Programme Degree Programme in Business and Administration	
Author(s) Ryhänen Elisa and Tervo Saija	
Title of Thesis Members' experiences of lisalmi and surroundings -site	
Date 11.5.2010	Pages/Appendices 39/3
Supervisor(s) Matilainen Iiris	
Project/Partners The city of lisalmi	
<p>Abstract</p> <p>The Internet is an increasingly important part of corporate activity. It is important that different kinds of businesses will be found on the Internet. Nowadays several companies operating their business as an online store on the internet. Enlargement of the network marketing environment has enabled the company better reception on the market. Internet also allows new businesses a quick and easy entry.</p> <p>The thesis consisted of the experiences of the users of lisalmi and surroundings -site. The thesis was commissioned by the city of lisalmi. The mission was to get the users' opinions of the site and its use for the first time. The thesis focused on only the site users. The sample group of the theses was limited to site's private members and excluded the one-time users, because they form their own site user group. The member means an entrepreneur or enterprise that is operating in lisalmi or the surrounding area and which in its operations uses lisalmi and surroundings -site as a marketing channel. Excluded from the theses was also the barrier-free site-faction, because the site has a different view from that of the members as a private client. The subject had not been previously explored, because it was a new site, which was founded in the summer 2008.</p> <p>The purpose of the research was to explore the problems related to the lisalmi and surroundings -site operation, any development proposals as well as members' general satisfaction with the site and its content by interviewing members of the site. The aim was to provide the necessary information to the client about the lisalmi and surroundings -site members' opinions of the site in order to develop it and respond better to users' needs. The results also show the main targets for development, which should contribute to the site becoming more functional.</p> <p>The research was qualitative and the material was collected through thematic interviews which were prepared by using the theme interview frame. The material was transcribed and analyzed using inductive content analysis. Analysis resulted in five theoretical concepts, which were the main areas of development work. These concepts were the contents of diversification, the need for updating, site membership, website design and the facility to find the website through search.</p>	
Keywords Functionality, usability, user satisfaction and the content	
Avowed	

## SISÄLTÖ

### TIIVISTELMÄ

### ABSTRACT

1 JOHDANTO .....	5
1.1 Iisalmi ja Tienoot -sivusto .....	5
1.2 Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoite .....	7
1.3 Opinnäytetyön rajaus.....	7
2 TUTKIMUKSEN TEOREETTISET LÄHTÖKOHDAT.....	8
2.1 Toimivuus .....	8
2.2 Käytettävyys .....	9
2.3 Käyttäjätyytyväisyys .....	11
2.4 Esteettömyys.....	12
2.5 Sisältö.....	12
3 TUTKIMUSTEHTÄVÄ .....	14
4 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN .....	15
4.1 Tutkimusmenetelmä .....	15
4.2 Aineistonkeruu.....	16
4.3 Teemahaastattelurunko.....	18
4.4 Aineiston hankinta .....	18
4.5 Aineiston purkaminen .....	20
4.6 Aineiston analysointi.....	21
5 TUTKIMUKSEN TULOKSET .....	23
5.1 Haastateltujen kuvaus .....	23
5.2 Aineiston pelkistäminen.....	24
5.3 Aineiston ryhmittely .....	25
5.4 Tulokset pääluokittain.....	27
5.4.1 Sisällön monipuolistaminen .....	28
5.4.2 Päivittämisen tarpeellisuus .....	30
5.4.3 Jäsenyys .....	31
5.4.4 Sivuston suunnittelu .....	32
5.4.5 Sivuston löydettävyys.....	32
6 POHDINTA .....	34

## LÄHTEET

## LIITTEET

Liite 1 Saatekirje

Liite 2 Teemahaastattelurunko

Liite 3 Aineiston pelkistäminen

## 1 JOHDANTO

Internet on yhä merkittävämpi markkinointiympäristö elinkeinonharjoittajille. Nykypäivää on, että yrityksen tuotteet tai palvelut löytyvät internetistä. Usein yksityisasiakkaan ensimmäinen kontakti yritykseen on tutustuminen sen tuotteisiin tai palveluihin verkkosivujen kautta. Internetin kautta voidaan nopeasti antaa ajankohtaista tietoa yrityksestä ja sen tuotteista tai palveluista yksityisasiakkaille. Internetin avulla pystytään luomaan uusia asiakassuhteita helpommin ja sen kautta yritys pääsee hoitamaan myös pitkäaikaisempia asiakassuhteita. (Yritykset.)

Internetin käyttömahdollisuudet ovat laajat, internet ei ole vain viestinnän tarpeisiin suunnattu. Yritykset käyttävät yhä voimakkaammin internetiä palvelujensa tarjoamiseen, työkaluna palvelujen käyttämiseen ja järjestelmien väliseen toimintaan. Julkisen verkkopalvelun kautta yritykset voivat välittää erilaisia uutisia kohderyhmälleen. (Pohjanoksa, Kuokkanen & Raaska 2007, 11–12.)

### 1.1 Iisalmi ja Tienoot -sivusto

YSMA eli Ylä-Savon Matkailun Tekijöiden yhdistys on perustettu Ylä-Savossa toimiville yrityksille ja organisaatioille. YSMA:n tavoitteena on saada Ylä-Savon alueen matkailualan yritykset ja organisaatiot yhteistyöhön, jonka tarkoituksena on edistää alueen myyntiä ja markkinointia. Käytännössä YSMA suunnittelee ja toteuttaa erilaisia hankkeita, joiden tavoitteena on lisätä Ylä-Savon alueen tunnettuutta ja matkailutoimialan kokonaislaatua sekä yhteistyöyritysten toimintakykyä. Yksi YSMA:n hankkeista on Iisalmi ja Tienoot -sivusto, jonne on koottu kaikkien yhteistyöyritysten ja organisaatioiden tietoja. (Mediatiedote 2007.)

lialmi ja Tienoot -sivusto on luotu kesällä 2008 toimimaan osana Ylä-Savon eri alojen yrittäjien markkinointia. Tällä hetkellä toimijoita on 19 ja he käyttävät sivustoa monipuolisena ilmoituskanavana yksityisasiakkaille. Tätä kautta toimijat pystyvät ilmoittelemaan erilaisista tapahtumista yksityisasiakkaille. Sivusto toimii myös hyvänä tietopakettina niille, jotka ovat kiinnostuneet Ylä-Savosta muun muassa matkailumielessä. (Miettinen, 2009.)

Sivusto on hyvä markkinointikanava Ylä-Savolle, sen yrityksille ja matkailumahdollisuuksille. Sivuston suunnitteli ja perusti yhteistyössä lialmen kaupungin kanssa Kuopiossa toimiva mainostoimisto nimeltä AD Kiivi Oy. Rahoituksen puuttumisen takia sivuston kehittäminen jäi keskeneräiseksi ja tällä hetkellä lialmen kaupungin markkinointiosasto vastaa sivuston ylläpitämisestä. (Miettinen, 2009.)

lialmi ja Tienoot -sivusto sisältää tapahtumaosion, jonne on koottu yhteistyöyritysten ja organisaatioiden sekä näiden kotipaikkakuntien järjestämiä tapahtumia. Sivustolta löytyy majoituspalveluvaihtoehtoja hotelleista, hostelleista, leirintäalueista sekä mökki- ja maaseutumajoituksesta. Sinne on listattu myös Ylä-Savon alueella toimivia ravintoloita ja kahviloita. Aktiviteetit-osio on monipuolinen ja laaja. Sieltä löytyy tietoa eri harrastusmahdollisuuksista alueella sekä kuuluisimmista nähtävyyksistä ja kulttuuritoiminnasta. Alueinfoon on listattu kaikki yhteistyöyritysten ja organisaatioiden toimipaikat. Paikkakuntia on tällä hetkellä yhteensä kahdeksan. Jokaisesta paikkakunnasta on koottu monipuolinen tietopaketti, johon matkailija voi tutustua. Osioon on lisätty myös liikenneyhteydet, alueen kartat ja säätiedot. Sivusto on käännetty suomen lisäksi kahdelle kielelle, venäjäksi ja englanniksi. (lialmi ja Tienoot.)

## 1.2 Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoite

Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää lisalmi ja Tienoot -sivuston toimivuuteen liittyvät ongelmat, mahdolliset kehitysehdotukset sekä toimijoiden tyytyväisyys ylipäättensä sivustoon ja sen sisältöön haastatteleamalla sivuston toimijoita. Opinnäytetyön tavoitteena on antaa toimeksiantajalle tarvittavaa tietoa lisalmi ja Tienoot -sivuston toimijoiden mielipiteistä sivuston kehittämiseksi vastaamaan paremmin käyttäjän tarpeita. Opinnäytetyössä lisalmi ja Tienoot -sivuston toimijat pääsevät esittämään omat näkemyksensä edellä mainituista asioista ensimmäistä kertaa.

Aiheesta ei ole aiempaa tutkimusaineistoa, jota voitaisiin hyödyntää tässä tutkimuksessa. Toimeksiantaja haluaa tutkia aihetta, koska siitä ei ole minkäänlaista aikaisempaa tutkimusta eikä toimeksiantajalla ole minkäänlaista käsitystä lisalmi ja Tienoot -sivuston toimijoiden ajatuksista ja lisalmen kaupunki haluaa kehittää sivustoa. Tutkimuksen myötä lisalmen kaupunki voi kehittää jatkossa sivustosta toimijoille käyttäjäystävällisemmän. Tutkimustulosten avulla lisalmen kaupunki voi tehdä kehityssuunnitelman ja hakea siihen rahoitusta. Opinnäytetyön toimeksiantaja on lisalmen kaupunki. Opinnäytetyön yhteyshenkilö on lisalmen kaupungin markkinointipäällikkö Jarmo Miettinen.

## 1.3 Opinnäytetyön rajaus

Tutkimuksella kuvataan lisalmi ja Tienoot -sivuston toimijat, heidän mielipiteensä sivuston toimivuudesta, käytettävyydestä ja tämän hetkisestä sisällöstä sekä käyttäjätyytyväisyydestä ja mahdollisista kehitysehdotuksista. Tutkimuksella ei tutkita lisalmi ja Tienoot -sivuston yksityisasiakkaita, koska he ovat aivan oma sivuston käyttäjäryhmänsä. Tutkimus ei käsittele sivuston esteettömyyttä, koska sivuston näkymä on erilainen toimijalle kuin yksityisasiakkaalle.



## 2 TUTKIMUKSEN TEOREETTISET LÄHTÖKOHDAT

Tässä luvussa kerrotaan tutkimukseen liittyvistä käsitteistä, jotka toimivat pohjana teemahaastattelurungolle ja tutkimusaineiston analysoinnille. Tutkimuksen käsitteitä ovat toimivuus, käytettävyys, sisältö ja käyttäjätyytyväisyys. Tässä kappaleessa on myös selitetty käsite esteettömyys, jota kuitenkin ei oteta mukaan tutkimukseen. Käsitteet on selitetty lisalmi ja Tienoot -sivuston toimijan näkökulmaa ajatellen.

Verkkosivun suunnitteluun liittyy monia muitakin kokonaisuuksia näiden viiden käsitteen lisäksi, mutta nämä ovat keskeisimmät asiat, jotka tulisi huomioida verkkosivuston suunnittelussa ja ylläpitämisessä (Verkkojulkaiseminen 2004). Käsitteet ovat laajoja sisällöltään ja vastaavat hyvin tämän hetkisen lisalmi ja Tienoot -sivuston rakennetta. Käsitteistä on tuotu esiin olennaiset ja tärkeimpänä pidetyt ominaisuudet.

### 2.1 Toimivuus

Toimivat Internet-sivut antavat käyttäjälle tietoa, miksi kyseiset sivut on luotu. Sivustojen toimivuutta on se, että etusivulta tulee ilmi, mitkä ovat yrityksen tuotteet tai palvelut. Yrityksen toimiala ja yrityksen perustiedot on oltava käyttäjän saatavilla. Sivustojen tulee olla yksinkertaiset, helppolukuiset ja sellaiset, joita on helppo selailla. Toimivien sivustojen etusivu antaa käyttäjälle kokonaiskuvan siitä, millainen yritys on kyseessä. (Pohjanoksa ym. 2007, 150.)

Toimivuuden lähtökohtana on luoda sivusto, jota voivat käyttää kaikki ja joka toimii kaikkialla ja kaikissa ympäristöissä. Toimivuus on yksi tärkeimmistä hyvän verkkopalvelun kriteereistä. Toimivuus verkkosivuilla yhdistetään usein laitosmaisuuuteen ja ikävään ulkoasuun. Tämä johtuu siitä, että toimivuudeltaan hyvät verkkopalvelut ovat tekstipainotteisia, luettelomaisia sekä ehkä hieman yksinkertaisen näköisiä. Verkkosivujen toimivuus pohjautuukin insinööriajatteluun, jonka tavoitteena on saada aikaan rationaalisia ratkaisuja ja jättää estetiikka huomioimatta. (Pohjanoksa ym. 2007, 148.)

Sivuston toimivuus liittyy sivuston ja sivuston käyttäjän väliseen vuorovaikutukseen. Toimivuutta voidaan parantaa erilaisilla työkaluilla, joiden avulla sivustoa voidaan käyttää tehokkaammin. (Website Development-Site Functionality). Toimivuuden suunnittelussa tulisi huomioida käyttäjän näkökulma: mitkä kaikki tiedot ovat tarpeellisia ja mistä tiedoista on hyötyä. Tarkoituksena olisi, että käyttäjä saisi nopeasti käsityksen, miksi sivusto on luotu ja mihin käyttöön. (Website functionality 2005.)

## 2.2 Käytettävyys

Käytettävyydellä tarkoitetaan sitä, miten käyttäjä kokee sivuston toimivuuden. Käytettävyyden tavoitteena on, että sivustoa pystyisi käyttämään omien tarpeidensa mukaan, tehokkaasti ja tyytyväisenä. Hyvän käytettävyyden saavuttamiseksi sivustojen käytön on oltava käyttäjälle tehokasta, opettavaista, virheetöntä ja tarpeiden mukaista. Sivuston suunnittelijan on arvioitava mahdolliset virhetilanteet ennalta ja se, miten sivustolla todennäköisesti edetään. Sivustolla on oltava myös hyvä muistettavuus, että käyttäjä tietää aina, missä kohtaa hän milloinkin on. (www-sivun saatavuuden automaattinen arviointi DOM-rajapintaa käyttäen 2006.)

Käyttäjällä tarkoitetaan tässä tapauksessa ihmistä, joka käyttää verkossa olevaa palvelua säännöllisesti tai epäsäännöllisesti. Verkkosivuston suunnittelussa täytyy ajatella aina ensin käyttäjää ja sitä kohderyhmää, jolle verkkopalvelua rakennetaan. Parkkisen (2002, 32) mukaan käytettävyyttä ei ole olemassa ilman käyttäjiä. Käytettävyyden mittaaminen vaatii verkkosivulle käyttäjiä, joilla ei ole tietoa sivuston teknisestä toiminnasta tai sen rajoitteista vaan he haluavat hyödyntää sivuston tarjoamaa palvelua. (Parkkinen 2002, 32–33.)

Käytettävyys tarkoittaa helposti ja sujuvasti käytettävää sivustoa, jota käyttäjän on helppo ymmärtää. Käyttäjä oppii nopeasti sivuston käytön ja osaa liikkua sivustolla ilman lisäohjeita. Käytettyydessä on onnistuttu silloin, kun ei tarvita erillisiä ohjeita sivuston selaamiseen. Käyttäjän on nopeasti ja helposti löydettävä haluamansa tieto. Suositeltavaa olisi, että tieto löytyy kolmella hiirenklikkauksella. Turhautumista aiheuttaa se, jos tarvittava tieto ei löydy heti tai lyhyen selailun jälkeen. Seurauksena käyttäjä todennäköisesti lopettaa etsinnän kesken eikä palaa sivustolle. (Verkkosivujen laatuohje 2008.)

Linkkien lisääminen sivustolle on myös osa hyvää sivuston käytettävyyttä silloin, kun ne on lisätty oikealla tavalla. Käyttäjälle tulisi käydä ilmi, mitä minkin linkin takana on ja minne siitä pääsee, viekö se sivustolta kokonaan pois johonkin toiseen sivustoon tai palveluun vai pysyykö käyttäjä samalla sivustolla. Linkki on lisättävä sivustolle niin, että käyttäjä ymmärtää sen olevan linkki. Yleensä linkit ovat alleviivattuja ja sinisen värisiä. Liitetiedostolinkit ovat käyttäjälle hyödyllisimpiä, koska silloin tieto tulee yhdessä paketissa. Liitetiedostot ovat yleensä pdf-dokumentteja. Käyttäjälle on tärkeää ilmoittaa tiedoston koko, sivumäärä ja tarvittaessa ohjelma, jolla tiedoston saa auki. Tiedostojen lataaminen vie aikaa enemmän kuin normaali sivustojen selaaminen, joten edellä mainittujen tietojen antaminen on tärkeä osa sivuston hyvää käytettävyyttä. (Pohjanoksa ym. 2007, 151.)

Sivuston tekstien sisältäessä vierasperäisiä termejä, lyhenteitä tai ammattisanastoa olisi käyttäjän kannalta tärkeää tarjota sanasto. Sieltä käyttäjä voi tarvittaessa katsoa hänelle epäselvän sanan tai virkkeen merkityksen. Verkkosivuston käytettävyyttä parantaa se, jos siellä olevat asiat pystytään kertomaan ilman vierasperäisiä termejä, lyhenteitä tai ammattisanastoa. Tämä on tärkeä asia verkkosivuston sisältöä suunniteltaessa. (Pohjanoksa ym. 2007, 155).

## 2.3 Käyttäjätyytyväisyys

Käyttäjätyytyväisyyteen sisältyvät kaikki käytettävyyden osa-alueet. Sitä mitataan käytettävän sivuston ja käyttäjän välillä. Käytettävyyden osa-alueet ovat Nielsenin (1993, 25) mukaan opittavuus, virheettömyys, muistettavuus, tehokkuus ja miellyttävyys. Tyytyväisyyteen vaikuttaa esimerkiksi se, kuinka selkeä sivusto on ja kuinka kauan tiedon etsimiseen kuluu aikaa. Käyttäjätyytyväisyyteen vaikuttaa myös käyttäjän oma mieliala, työskentely-ympäristö ja kaikki emotionaaliset tekijät. (Käytettävyysohjattu vuorovaikutussuunnittelu 2009.)

Käyttäjätyytyväisyys tulee käyttäjän kokemuksista, kun hän käyttää sivustoa. Yleisimpiä tapoja tyytyväisyyden tarkistamiseksi ovat erilaiset sähköiset kyselyt, lomakkeet, käyttäjähaastattelut tai ryhmäkeskustelut. Tehokkaimmat tavat saada tietoa käyttäjien tyytyväisyydestä ovat haastattelut ja ryhmäkeskustelut, joissa sivuston ylläpitäjä ja käyttäjä ovat vuorovaikutuksessa toisiinsa. (User-Centred Product Creation in Interactive Electronic Publishing.)

Käyttäjä on tyytyväinen verkkopalveluun silloin, kun palvelun löydettävyys verkosta on vaivatonta. Sivusto sisältää käyttäjälle tarpeelliset tiedot, käyttäjä pystyy selailemaan sivustoa loogisesti eikä eksy tutkaillessaan. Sisällön kannalta tekstien on oltava helppolukuisia ja tekstin on herätettävä käyttäjän mielenkiinto. Suunnittelijan on oltava tarkka nimetessään rakenneosioita, että esimerkiksi yritys-nimisen osion alta löytyy yrityksen tiedot eikä muuta sinne kuulumatonta. (Käytettävyys voidaan varmistaa menetelmällisesti.)

## 2.4 Esteettömyys

Esteettömyys tarkoittaa sitä, että sivustoa kehitetään jatkuvasti. Kehityksen päämääränä on taata monipuolinen käyttö eri käyttäjäryhmille niin, että kuka tahansa pystyy käyttämään sivustoa tarvittaessa. Verkkopalvelun on oltava käyttäjän saatavilla käyttäjän sijainnista ja käytettävästä teknologiasta riippumatta. Sivuston on esimerkiksi avauduttava eri selaimilla, ei vain pelkästään yhdellä. Ylläpitäjän on mietittävä sivuston eri käyttäjäryhmien tarpeita ja mahdollisia tilanteita, joissa sivustoa käytetään. (Pohjanoksa ym. 2007, 162.)

Esteettömyyden tavoite verkkosivuilla on poistaa erilaisia esteitä niin, että sivut ovat käyttökelpoiset kaikille. Esteettömät verkkosivut ovat tasa-arvoiset. Esteettömien verkkosivujen tulee vastata käyttäjien tarpeita, erilaisia tilanteita ja sivujen tulee olla käyttäjää miellyttävät ja hyvin palvelevat. Esteettömyydellä otetaan huomioon esimerkiksi näkövammaiset, kuulovammaiset ja muut fyysisesti tai psyykkisesti toimintarajoitteiset. Verkkosivujen tulisi tarvittaessa sisältää äänitiedostoja, sivun suurennusmahdollisuuden ja myös kirjasinkoko on otettava huomioon sivuja suunniteltaessa. (www-sivun saatavuuden automaattinen arviointi DOM -rajapintaa käyttäen 2006.)

## 2.5 Sisältö

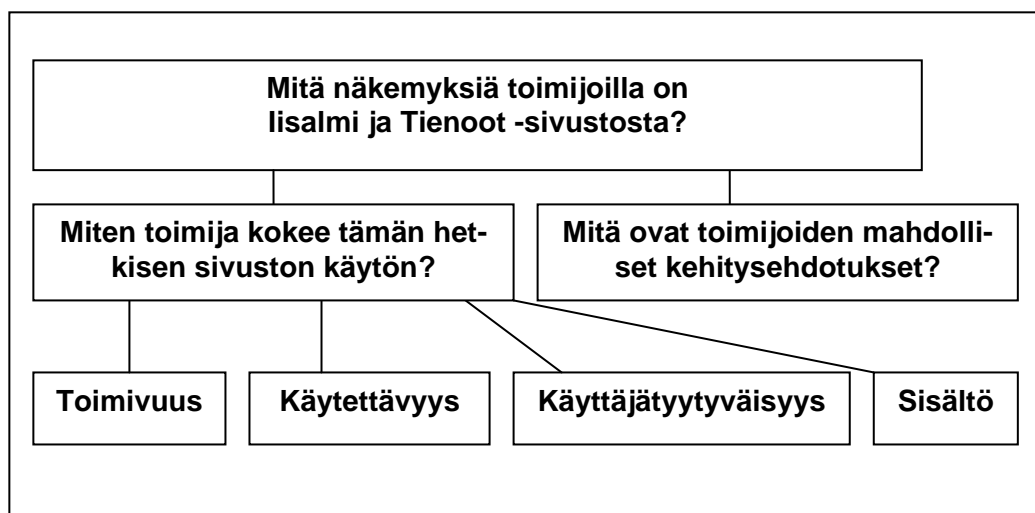
Sivuston sisällöstä tulisi käydä ilmi esimerkiksi organisaation, yrityksen tai yhteisön esittely, yhteystiedot, toimialatiedot, tietoja tuotteista tai palveluista ja nykyään pidetään tärkeänä palautteenantomahdollisuutta. Sivustot usein sisältävät ajankohtaisia tietoja, erilaisia tiedotteita, rekrytointia ja muuta tarvittavaa tietoa riippuen sen perustajasta ja käyttötarkoituksesta. Sivut ovat staattisia ja dynaamisia. Staattisia sivuja ei muuteta tai päivitetä ollenkaan tai ei ainakaan usein. Näitä ovat yleensä esimerkiksi yrityksen perustiedot. Dynaamisia sivuja pyritään päivittämään usein. Tällaisia sivuja ovat esimerkiksi sivuston ajankohtaista -osio. (Verkkoviestintää käytännössä – www-sivuston rakentaminen.)

Sivuston sisältöä ovat eri palvelut, interaktio, verbaalinen ja visuaalinen sisältö. Verbaalinen sisältö tarkoittaa sivustolla olevaa tekstiä ja visuaalinen sivustolla olevia kuvia ja muuta grafiikkaa. Interaktio tarkoittaa erilaisia vuorovaikutusmahdollisuuksia sivuston ylläpitäjän ja käyttäjän välillä, jota on esimerkiksi palaute-osio. Sisällön tehtävä on välittää informaatiota ja tarvittaessa ohjata käyttäjiä sivuston käytössä. Sivustolle ei kannata laittaa liikaa kuvia, videoita tai muuta grafiikkaa, koska se hidastaa sivuston käyttöä ja tekee siitä sekavan näköisen. Tekstikappaleet on pidettävä lyhyinä, koska pitkät tekstiosiot ovat vaikealukuisia. Sivustolla olevaa tietoa on tarkoitus silmäillä. Harva käyttäjä lukee tekstin kokonaisuudessaan. (Pohjanoksa ym. 2007, 186).

Käyttäjä etsii verkkosivuilta tarvitsemaansa informaatiota, viihdettä tai vastauksia hänelle epäselviin asioihin. Sisällön tulisi tyydyttää nämä käyttäjän tarpeet. Usein nämä epäselvät asiat ovat vaikeita muotoilla kysymyksiksi, joten niihin harvoin löytyy sivuilta selkeää vastausta, tämä niin sanottua hiljaista tietoa, jota on vaikea hoitaa sähköisesti. Hiljainen tieto tarkoittaa sitä, etteivät sivuston käyttäjä ja ylläpitäjä pääse näkemään asiakaspalvelutilanteessa toistensa kehonkieltä ja tulkinta voi sen takia olla hieman vaikeaa. (Parkkinen 2002, 75–76.)

### 3 TUTKIMUSTEHTÄVÄ

Tutkimuksella selvitetään Iisalmi ja Tienoot -sivuston toimijoiden näkemyksiä sivuston toimivuudesta ja sisällöstä sekä toimijoiden mahdollisia kehitysideoita sivuston toimivuuteen ja sisältöön liittyen. Tutkimuksessa tarkastellaan myös Iisalmi ja Tienoot -sivuston toimijoiden yleistä tyytyväisyyttä sivustosta (kuvio 1). Toimija on Iisalmessa tai sen lähialueella toimiva yrittäjä tai yritys, joka toiminnassaan käyttää Iisalmi ja Tienoot -sivustoa yhtenä markkinointikanavana.



KUVIO 1. Tutkimustehtävä

Tutkimuksella selvitetään toimijoiden ajatuksia sivustosta neljää käsitettä käyttäen. Käsitteet ovat teemoja, joiden pohjalta on tehty haastatteluun teema-haastattelurunko. Nämä käsitteet valittiin niiden monipuolisuuden vuoksi pääteemoiksi, koska ne ovat tärkeitä ominaisuuksia hyvän verkkosivun suunnittelussa. Kaikkien sivustojen ylläpitäjien ja suunnittelijoiden tulisi ottaa nämä asiat toiminnassaan huomioon.

## 4 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

### 4.1 Tutkimusmenetelmä

Työ toteutettiin kvalitatiivisena tutkimuksena. Kvalitatiivinen tutkimus tarkoittaa laadullista tutkimusta ja siinä keskitytään yleensä pieneen määrään tapauksia (Heikkilä 2008, 16). Kvalitatiivisen tutkimuksen tavoitteena oli pyrkiä ymmärtämään tutkimuksen kohdetta, joka meidän tapauksessamme oli toimija, joka käyttää Iisalmi ja Tienoot -sivustoa yrityksensä markkinoinnissa. Tutkimusaineiston keruutapana käytimme teemahaastattelua.

Kvalitatiivisella eli laadullisella tutkimuksella tutkimustehtävänä on todelliseen elämään liittyvät asiat tai tilanteet. Erilaiset tapahtumat, tutkimuskohde ja itse tutkija vaikuttavat tutkimuksen lopputulokseen. Lopputulos saadaan tutkijan omien arvojen ja asenteiden sekä myös tutkimuskohteen pohjalta. Useimmiten kvalitatiivisten tutkimusten aineistoa arvioidaan omia arvoja ja asenteita hyväksikäyttäen ja kuinka tutkittavan asian tai tilanteen on itse kokenut tai ymmärtänyt. Tutkijan ei siis pidä luopua omista arvoistaan, koska ne määrittelevät sen, miten tutkija tutkittavan asian ymmärtää. Kvalitatiivisen tutkimuksen tavoitteena on paljastaa tai löytää uusia asioita tutkimuskohteesta. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 161.)

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa aineistoa hankitaan luonnollisia ja todellisia tapahtumia hyödyntäen esimerkiksi haastatteluilla. Tutkija kerää tietoa olemalla vuorovaikutuksessa ihmisten kanssa eikä kirjoista tai erilaisista tilastoista. Tutkijan käydessä keskustelua tutkimuskohteen kanssa hän luottaa omiin näkemyksiinsä ja keskustelun sisältöön enemmän kuin esimerkiksi testeillä hankittuun tietoon. Joissakin tapauksissa tutkija on voinut esimerkiksi haastattelun lisäksi hankkia lisätietoa tutkimustehtävästä erilaisilla lomakkeilla ja testeillä. (Hirsjärvi ym. 2009, 164.)



Kvalitatiiviseen tutkimukseen ei valita kohdejoukkoa satunnaisotoksella, vaan kohdejoukko tiedetään jo valmiiksi eli se on valittu tarkoituksenmukaisesti. Laadullisissa tutkimuksissa tutkimussuunnitelma elää koko ajan työn edetessä, koska ei voi tietää ennakkoon, millaista aineistoa saadaan kerättyä. Kvalitatiivista tutkimusta pidetään joustavampana ja vapaampana kuin kvantitatiivista, jonka tavoitteena on tutkimussuunnitelman noudattaminen. (Hirsjärvi ym. 2009, 164.)

Tutkimus tehtiin kvalitatiivisena tutkimuksena, koska aiheesta ei ollut aiempaa tutkimusaineistoa. Tämän tutkimusmenetelmän avulla saatiin laajempi ja tarkempi näkemys sivuston toimijoiden ajatusmaailmasta. Tutkimuksen tarkoituksena oli perehtyä syvällisesti toimijoiden ajatuksiin lisalmi ja Tienoot -sivustosta, koska sivustot ovat vielä keskeneräiset ja toimeksiantaja haluaa kehittää toimijoiden mahdollisten kehitysehdotusten kautta sivustoa käyttäjäystävällisemmäksi.

#### 4.2 Aineistonkeruu

Opinnäytetyössä aineistonkeruumenetelmänä käytimme teemahaastattelua. Haastattelut nauhoitettiin, jonka jälkeen ne kirjoitettiin puhtaaksi eli litteroitiin. Tutkimuksen aineisto käsiteltiin ja säilytettiin kirjallisena. Tästä huolimatta aineisto säilytettiin myös nauhoitettuna opinnäytetyön hyväksymiseen asti. Tällä haluttiin varmistaa, että jos kirjalliselle aineistolle tapahtuu jotakin, niin alkupe-  
räiset äänelliset haastattelumateriaalit olisivat olleet vielä tallella ja ne olisi voinut tarvittaessa litteroida uudelleen. Tavoitteena oli löytää toimijoiden vastauksista yhtäläisyyksiä, joiden kautta selviäisivät mahdolliset kehitysehdotukset ja suurimmat ongelmat sivuston toimivuudesta ja sisällöstä. Haastattelut tehtiin toimijoiden kanssa sovituissa paikoissa.

Teemahaastattelu valittiin tutkimusaineiston keruumenetelmäksi, koska tämän menetelmän avulla saatiin laajempi käsitys tutkittavista aiheista. Tähän aineistonkeruumenetelmään päädyttiin, koska kyseessä oli laaja joukko haastateltavia ja teemat eivät olleet kaikille toimijoille tuttuja. Näin haluttiin varmistaa, että tutkimus on todenmukainen ja että toimijat ymmärtävät, mitä tällä haluttiin selvittää. Haastateltava sai silloin kertoa vapaasti näkemyksiään, kokemuksiaan ja mahdollisia kehitysehdotuksiaan Iisalmi ja Tienoot -sivustosta. Teemahaastattelulla saatiin tarkempaa tietoa tutkimuksen tutkimustehtävästä. Haastatteluun laadittiin teemahaastattelurunko, jolla keskustelua ohjattiin. Haastatteluun ei laadittu valmiita kysymyksiä, vaan keskustelu eteni haastateltavan tahdin mukaan.

Teemahaastattelusta puhuttaessa puhutaan puolistrukturoidusta haastattelumenetelmästä. Tässä menetelmässä tutkija tietää jo ennakkoon haastattelun kohteen ja sen, että haastateltava on todennäköisesti kokenut tilanteen, jota tutkija haastattelulla pyrkii selvittämään. Teemahaastattelu kohdennetaan teema-alueisiin, jotka mietitään valmiiksi ennen haastattelua. Nämä teema-alueet ovat tietynlaisia keskustelua ohjaavia aiheita, joiden ympärillä haastattelun tulisi pysyä. Teema-aiheiden ansiosta tämä haastattelumuoto on vapaampi kuin lomakehaastattelu. (Hirsjärvi & Hurme 2009, 47–48.)

Haastattelu on monipuolinen menetelmä, jota voidaan käyttää erilaisiin tutkimustarkoituksiin. Haastattelussa tutkija ja haastateltava ovat keskenään vuorovaikutuksessa, jonka ansiosta saadaan paljon tietoa tutkimustehtävää ajatellen jo itse haastattelutilanteesta. Etuina ovat, että tutkija pääsee tulkitsemaan sanallisen tiedonannon lisäksi myös haastateltavan nonverbaalista eli sanatonta viestintää. Tämä auttaa haastattelijaa ymmärtämään haastateltavaa paremmin verrattuna esimerkiksi puhelinhaastatteluun. Haastattelulla päästään syventymään paremmin tutkimustehtävään ja saadaan ehkä todenmukaisempia vastauksia kuin esimerkiksi kyselytutkimuksella. Voidaan esittää tarvittaessa tarkentavia kysymyksiä, jotka auttavat haastateltavaa ymmärtämään paremmin tutkimustehtävää. (Hirsjärvi & Hurme 2009, 34–35.)

#### 4.3 Teemahaastattelurunko

Opinnäytetyön teemahaastattelurunko tehtiin teoreettisen viitekehyksen pohjalta ja se käsitti neljä teemaa. Esteettömyyttä ei otettu runkoon mukaan, koska se oli rajattu tutkimuksen ulkopuolelle; sivuston näkymä toimijalle on erilainen kuin yksityiselle käyttäjälle. Teemahaastattelurunko hyväksytettiin toimeksiantajalla ennen haastatteluja ja toimeksiantajan toiveet otettiin huomioon. Suunnitelman mukaan runkoa oli tarkoitus testata parilla tutkimuksen ulkopuolisella henkilöllä, mutta ajanpuutteen vuoksi testauksesta luovuttiin.

Teemoina olivat toimivuus, käytettävyys, sisältö ja käyttäjätyytyväisyys. Toimivuuteen sisällytettiin sivuston selkeys, tiedonsaanti etusivulta, käyttäjämäärä toimijan yrityksessä ja mahdolliset käyttäjäehdotukset. Käytettävyys selvitti käytön nopeutta ja selkeyttä, käytön helppoutta, sivuston teknistä virheettömyyttä, oman sijainnin löydettävyyttä, ohjeistusta, tiedon löydettävyyttä: nopeutta ja helppoutta sekä mahdollisia kehitysehdotuksia käytettävyyden parantamiseksi. Sisällöstä tutkittiin sisällön laajuutta, tämän hetkisen tiedon tarpeellisuutta, tiedon vastaavuutta toimijan tarpeisiin ja mahdollisia kehitysehdotuksia. Lopuksi keskusteltiin toimijan käyttäjätyytyväisyydestä sivustoa kohtaan: sivuston hyöty toimijalle, tyytyväisyys, perustelut ja mahdolliset kehitysehdotukset, joiden avulla toimijan käyttäjätyytyväisyys sivustoa kohtaan paranisi.

#### 4.4 Aineiston hankinta

Haastateltavat Iisalmi ja Tienoot -sivuston toimijat edustivat pääosin Iisalmea ja sen lähialuetta. Tämän lisäksi haastatteluja tehtiin myös Sonkajärvellä ja Alapitkällä. Haastateltavat valittiin tutkimukseen heidän suostumuksensa perusteella. Kaikille yhdeksälletoista toimijalle soitettiin. Osa ei halunnut osallistua tutkimukseen kiireiden vuoksi ja osa olisi voinut osallistua haastatteluun, jos haastattelu olisi tehty heidän toimipaikassaan. Kustannussyistä kaikkia mahdollisia haastatteluja ei pystytty tekemään. Haastatteluja saatiin yhteensä kymmenen.

Aineistonkeruumenetelmässä teemahaastatteluun päädyttiin sen monipuolisuuden vuoksi. Tällä menetelmällä saatiin hyvä näkemys siitä, mitkä ovat toimijoiden mielipiteet sivustosta tällä hetkellä. Haastattelut nauhoitettiin ja samalla kirjoitettiin muistiin merkittäviä asioita, jos niitä ilmeni. Aineiston litterointi tapahtui mahdollisimman pian haastattelun jälkeen, kun itse haastattelutilanne oli vielä tuoreessa muistissa. Oman arvion kirjoittaminen haastattelun jälkeen oli tärkeämpää kuin itse välitön litterointi. Omaan arvioon kirjoitettiin mahdollisista häiriötekijöistä ja muista asioista, jotka vaikuttivat jollain tavalla itse keskusteluun ja sen kulkuun.

Saatekirje (liite 1) lähetettiin tammikuun alussa paria päivää ennen yhteydenottojen aloittamista toimeksiantajalle, jonka oli määrä lähettää saate eteenpäin toimijoille. Haastatteluajoja sopiessa kävi kuitenkin ilmi, ettei saate ollut tavoittanut ainakaan osaa toimijoista. Haastateltavan suostuttua tutkimukseen hänelle lähetettiin välittömästi sähköpostitse teemahaastattelurunko (liite 2) ja käsitteet, joihin viestissä pyydettiin tutustumaan etukäteen. Viestissä kerrottiin myös tarkemmin teemahaastattelusta ja siitä miten se etenee. Useimmille lähetettiin vielä muistutusviesti päivää tai paria ennen sovittua haastattelua. Tämä osoittautui hyväksi, koska muutamia peruutuksia tuli ja näin välttyttiin turhilta paikalle saapumisilta. Haastateltavien kanssa oltiin yhteydessä sähköpostitse ennen haastattelua, osan kanssa myös puhelimitse. Haastattelun alussa toimijoilla oli vielä mahdollisuus kysyä, jos heillä oli joitain epäselvyyksiä teemahaastattelurungosta ja sen teemoista. Teemat käytiin joka tapauksessa läpi ennen haastattelua.

Tavoitteena oli saada haastattelut tehdyksi tammikuun 2010 aikana. Tavoitteesta jäätin, koska aikataulujen sovittaminen haastateltavan kanssa tuotti ongelmia. Viimeinen haastattelu tehtiin 16.2.2010. Litterointi oli määrä saada valmiiksi 15.2.2010 mennessä, mutta siitäkin jäätin ja viimeinen haastattelu saatiin litteroitua 8.3.2010. Puolet haastatteluista toteutettiin Savonia-ammattikorkeakoulun luokkatiloissa, joissa oli rauhallista. Loput haastatteluista tehtiin toimijoiden toimipaikoissa, joissa oli enemmän häiriötekijöitä.

Häiriötekijöitä olivat muun muassa lattioiden imurointi, ovien pauke ja keittiötyöt. Osassa haastatteluja oli paljon päällekkäin puhumista, mikä vaikeutti aineiston litterointia. Äänellisesti nauhoitus oli kuuluvaa ja vain muutamassa nauhassa oli kohtia, joista oli vaikea saada selvää. Toimijoilla oli mahdollisuus lisätä mielipiteitään haastatteluun sähköpostitse. Tätä mahdollisuutta hyödynsi vain yksi haastateltava.

Haastattelujen puolivälissä mietittiin vielä yhden teeman lisäämistä haastattelurunkoon: sivuston löydettävyyys. Muutamassa haastattelussa toimija otti tämän puheeksi ja heillä oli myös kehitysehdotuksia tämän ongelman pienentämiseksi. Teemaa ei kuitenkaan otettu haastatteluihin mukaan, koska haastattelut olivat jo puolivälissä. Sivuston löydettävyyys on kuitenkin mukana tutkimuksen tuloksissa, koska monet toimijoista pitivät sitä merkittävänä kehityskohteena.

Tutkimustehtävän kannalta merkittävä ongelma oli toimijoiden valmistautuminen haastatteluun. Harva oli lukenut lähetettyjä sähköpostin liitteitä, vaikka sitä viesteissä pyydettiin. Valitettavasti suurin osa toimijoista ei ollut käyttänyt sivustoa ja sen tunnuksia kertaakaan ja joistain yrityksistä haastatteluun tuli henkilö, jonka vastuuseen sivuston ylläpito ei kuulunut. Puutteellinen valmistautuminen haastatteluun johti epämääräisiin vastauksiin ja lisäkysymyksistä huolimatta toimijalta ei saatu täysin hyödynnettäviä vastauksia.

#### 4.5 Aineiston purkaminen

Aineiston purkaminen tapahtui pääsääntöisesti välittömästi haastattelun jälkeen. Oman arvion kirjoittaminen oli tärkeintä haastattelun jälkeen. Haastattelut nauhoitettiin Savonia-ammattikorkeakoululta lainatuilla MP3-soittimilla. Haastattelut kestivät reilusta seitsemästä minuutista reiluun kahdeksaentoista minuuttiin. Aineisto litteroitiin mahdollisimman tarkasti sanasta sanaan. Pitkät tauot, miettimisajat, naurahdukset ja päälle puhumiset kirjattiin myös ylös.

Nauhoitusten äänenlaatu oli huono joissain haastatteluissa ja oli vaikea saada selvää, mitä toimija sanoi, mutta tämä tuskin vaikuttaa tuloksien luotettavuuteen, koska kyse oli vain muutamista sanoista. Litteroitua aineistoa ei lähetetty toimijalle tarkistettavaksi, koska siihen olisi kulunut aikaa ja sitä ei pidetty tarpeellisena. Litterointiin laitettiin ylös myös muistiinpanoja, jotka oli kirjoitettu haastattelun jälkeen ja jotka toimija halusi tuoda ilmi.

#### 4.6 Aineiston analysointi

Tutkimusaineiston analysointitapaa kannattaa miettiä jo etukäteen, että osaa haastattelutilanteessa ohjata haastattelua oikein ja niin, että aineistoa kertyy riittävästi. Kvalitatiivisissa tutkimuksissa suunnitelma elää yleensä läpi tutkimuksen ja voi muuttua sen aikana. Muutokset tulee kirjata raportteihin ja perustella, miksi näin tehtiin. Aineiston analysointitapaan vaikuttaa paljon tutkimustehtävä ja aineistoa on kerättävä ja käsiteltävä tehtävä huomioon ottaen. Mahdolliset teemat ja kysymykset on mietittävä niin, että tutkimuksen ongelmiin ja tehtäviin saataisiin selkeitä vastauksia. Analysointivaiheessa voidaan huomata, onko tutkimustehtävän laadinnassa onnistuttu vai epäonnistuttu. (Hirsjärvi ym. 2009, 221.)

Aineistolähtöisessä sisällönanalyysissä aineistosta saadaan yleensä selvä kokonaisuus ja tutkijan on helppo ymmärtää ja löytää aineistosta tärkeimmiksi nousseet aiheet. Analyysissä etsitään tutkittavasta aineistosta merkittävimpiä kommentteja tutkimustehtävää ajatellen. Tämän jälkeen kommentit pelkistetään. Seuraavana vaiheena on aineiston yhdistely, jossa samaa tarkoittavia pelkistettyjä ilmaisuja yhdistetään keskenään. Näistä yhdistelyistä saadaan alaluokkia, joiden yhdistely jatkuu pääluokkiin. Pääluokista on tarkoitus saada teoreettinen käsite analysoitavaan aiheeseen. (Hirsjärvi & Hurme 2009, 143–144.)

Aineiston analysointia varten tulostimme kaikki litteroinnit paperille, koska siten aineistoa oli helppo käsitellä. Työskentelyn nopeuttamiseksi litteroinnit jaettiin molemmille puoliksi. Aineiston analysointiin käytettiin aineistolähtöistä sisällönanalyysia eli haastattelut käytiin läpi ja merkittävimmät kommentit tutkimustehtävää ajatellen alleviivattiin litteroinneista. Analysointitapaan päädyttiin, koska aineistosta tuli kuitenkin melko laaja ja sisällönanalyysilla saadaan paremmin tuloksia ja johtopäätöksiä esiin ja aineisto tulee sitä kautta paremmin tutuksi, kun sitä käsittelee useaan kertaan. Merkittävimpiä kommentteja löytyi nopeasti, koska haastattelujen kulut muisti pääpiirteittäin.

Analysointia varten tehtiin erilaisia taulukoita, joihin liitettiin merkittävimpiä kommentteja, joita sitten pelkistettiin. Pelkistämisen jälkeen listattuja kommentteja yhdistettiin, näin saatiin erilaisia alaluokkia. Alaluokkia saatiin, kun pääsääntöisesti samaa tarkoittavia pelkistyksiä yhdisteltiin. Alaluokkien yhdistäminen tapahtui samalla tavalla ja näistä saatiin sitten yläluokkia, jotka jaettiin vielä pääluokkiin. Nämä pääluokat muodostivat tämän tutkimuksen tulokset.

## 5 TUTKIMUKSEN TULOKSET

Kappaleessa 5.1 esitellään haastateltuja toimijoita ja heidän toimialojaan haastattelussa kysytyjen taustatietojen perusteella. Kappaleessa kuvataan lyhyesti millaisia toimijoita haastatteluun osallistui, mitä toimialaa he edustivat ja kuinka kauan he olivat sivustoa käyttäneet. Kappaleissa 5.2–5.4 käsitellään haastatteluilla saatua tutkimusaineistoa, jota analysoidaan aineistolähtöisellä sisällönanalyysillä.

Analysoinnin tuloksena saatiin viisi pääluokkaa, jotka ovat tämän tutkimuksen tulokset. Alaluvuissa 5.4.1–5.4.5 näitä viittä pääkategoriaa käsitellään yksitellen, kutakin omana alalukuna. Nämä pääluokat ovat: sisällön monipuolistaminen, päivittämisen tarpeellisuus, jäsenyys, sivuston suunnittelu ja sivuston löydettävyys. Luvussa 6 esitetään tulosten perusteella erilaisia mahdollisia jatkotoimenpiteitä, miten toimeksiantaja voi kehittää sivustosta toimijoille palveluammattomamman.

### 5.1 Haastateltujen kuvaus

Aineiston perusteella tehtiin toimijoista yleiskuvaus taustatietojen perusteella. Haastattelimme 10 eri toimijaa, joista naisia oli kahdeksan ja miehiä kaksi. Lisäsalimesta haastattelimme seitsemää toimijaa ja loput kolme olivat Sonkajärveltä, Alapitkältä (Lapinlahti) ja Runnilta (Iisalmi). Iisalmesta oli suurin osa haastateltavista, koska enemmistö toimijoista on Iisalmesta. Muiden alueiden toimijoista ei saatu kaikkia haastateltua, koska kaikkia ei saatu puhelimella ja sähköpostilla kiinni, joillakin ei ollut aikaa osallistua ja jotkut jouduttiin jättämään haastatteleematta, koska aikataulu ja budjetti olivat rajalliset. Toimijoilla oli mahdollisuus antaa haastattelu nimettömänä, mutta tätä mahdollisuutta kukaan heistä ei kuitenkaan käyttänyt.



Haastattelussa oltiin toimijan kanssa suorassa vuorovaikutuksessa, jossa pystyi tulkitsemaan myös haastateltavan sanatonta viestintää. Menetelmä mahdollisti asioiden syvemmän pohtimisen ja silloin pystyi esittämään myös tarkentavia kysymyksiä. Haastattelun aikana toimijasta sai luotua tietynlaisen mielikuvan siitä, millainen yrittäjä hän on ja miten hän hoitaa toimintaansa.

Kaikki haastateltavat toimijat olivat olleet Iisalmi ja Tienoot -sivuston jäseninä sivuston perustamisesta saakka. Tutkimukseen osallistuvat toimijat koostuivat eri aloilta: majoitus, matkailu, ravitsemus, ohjelma, paketit ja ruokailu. Vaikka kaikki toimijat olivat olleet sivuston jäseninä perustamisesta asti, harva heistä oli ottanut sivuston päivittämisen ja ylläpidon omalta osaltaan mukaan yrityksensä rutiineihin. Yhdessä yrityksessä tämän sivuston päivitys oli ulkoistettu ja kolmessa yrityksessä toimija itse ei huolehtinut tietojen päivittämisestä, vaan vastuussa oli joku toinen yrityksen henkilökunnasta. Tämän vuoksi osan toimijoista oli vaikea vastata joihinkin kysymyksiin haastattelussa. Vain kolme haastateltua toimijaa oli ottanut sivuston tunnukset säännölliseen käyttöön yrityksessään.

## 5.2 Aineiston pelkistäminen

Pelkistäminen aloitettiin etsimällä merkittävimpiä kommentteja tutkimustehtävää ajatellen. Ilmaukset listattiin alkuperäisessä muodossaan taulukkoon, jonka jälkeen jokaiselle listatulle kommentille haettiin pelkistetty ilmaus. Ilmaisun tarkoituksena oli tiivistää toimijan antama lausunto enintään muutamaksi sanaksi. Tämän avulla aineiston analysointia oli helpompi jatkaa. Aineiston pelkistäminen löytyy liitteistä (Liite 3).

Taulukkoon on listattu tärkeimpiä kommentteja. Ilmaisut ovat alkuperäisessä muodossaan. Pelkistetty ilmaisu on yhteenveto toimijan antamasta mielipiteestä tutkittavaan asiaan. Pelkistetyillä ilmaisuilla aineiston käsittelyä on helpompi jatkaa, kun aineisto ei ole enää pelkistämisen jälkeen niin sanotusti laaja. Kommenttien avulla saadut kokonaisuudet ovat selkeitä.

### 5.3 Aineiston ryhmittely

Aineiston ryhmittelyssä pelkistettyjä ilmaisuja yhdisteltiin. Tässä vaiheessa pääsääntöisesti samaa tarkoittaville kommentteille mietittiin ilmaisuja yhdistävä alaluokka. Nämä alaluokat olivat näitä kommentteja yhdistäviä kokonaisuuksia. Ryhmittelyn avulla aineiston jatkoanalysointi helpottui. Tässä vaiheessa alaluokat eivät olleet vielä teoreettisia kokonaisuuksia. Analysoinnin viimeisessä vaiheessa kommentteille mietittiin teoreettista pohjaa eli kokonaisuutta, joka kuvasi parhaiten eri alaluokkia ja pelkistykseen takana olevia toimijoiden kommentteja. Alla olevassa taulukosta (Taulukko 1) löytyy yhdistetyt pelkistetyt ilmaisut, joille on sitten mietitty kokonaisuutta hyvin kuvaava alaluokka.

TAULUKKO 1. Aineiston ryhmittely

Pelkistetty ilmaisu	Alaluokka
Sivuston jaottelun kehittäminen Sivuston rakenteen yksinkertaisuus Sivuston graafinen toteuttaminen Sivuston visuaalisen ilmeen monipuolisuus	Sivuston rakenteen kehittäminen
Tämän hetkisen sisällön ajankohtaisuus Sivuston tiedon löydettävyyys Sivuston tietojen puutteellinen päivittäminen Sivuston tämän hetkisen sisällön monipuolisuus Sivuston tämän hetkisten kielivaihtoehtojen monipuolisuus	Sivuston sisällön kehittäminen
Toimijoiden päivittämisen osaaminen Sivuston käyttöohjeiden tekeminen Toimijoiden kouluttaminen sivuston käyttöön Toimijoiden kuuleminen sivustosta	Sivuston käytön lisääminen

Sivuston yhteisten pelisääntöjen puuttuminen	
Sivuston tämän hetkiset toimijat Toimijoiden hyöty jäsenyydestä Sivuston entiset toimijat	Toimijoiden tasavertaisuus
Ryhmämatkailijoille lisää tietoa Sivuston mahdollisuudet kiertomatkailun tarjoamiseen Mahdollisten ryhmämatkailijoiden huomioiminen	Sivuston tiedon kehittäminen monia palvelevaksi
Sivuston palveluiden kehittäminen Sivuston sähköisen kaupankäynnin mahdollisuus Vuorovaikutuksen kehittäminen sivuston käyttäjien ja ylläpitäjän välillä	Sivuston palveluiden monipuolistaminen
Sivuston löydettävyyys Googlesta Sivuston puutteellinen linkittäminen	Löydettävyyden paraneminen
Toimijoiden näkyvyyden lisääminen Toimijoiden yritysesittelyt	Toimijoiden palveluiden esilletuomisen kehittäminen
Sivuston päivittämisen kehittäminen helpommaksi Sivuston sisällön lisääminen	Päivittämisen omaisuuksien kehittäminen

Kahdestakymmenestäyhdeksästä pelkistetystä ilmaisusta saatiin yhdeksän eri alaluokkaa. Alaluokkiin yhdistettiin vähintään kaksi ja enintään viisi ilmaisua. Aineiston ryhmittelystä jatkettiin aineiston abstrahointiin eli analysoinnin viimeiseen vaiheeseen, jossa pääsääntöisesti samaa tarkoittavat alaluokat yhdistettiin omaksi yläluokaksi. Yläluokat yhdistettiin vielä pääluokiksi, jotka olivat analysoinnin kautta saatuja teoreettisia käsitteitä, jotka ovat tämän tutkimuksen tuloksia.

#### 5.4 Tulokset pääluokittain

Aineiston abstrahointiin liittyi kaksi vaihetta. Ensimmäiseksi aineiston ryhmitte-  
lystä saadut pääsääntöisesti samaa tarkoittavat alaluokat yhdistettiin keske-  
nään. Näille mietittiin niitä parhaiten kuvaavat yläluokat. Yläluokat tiivistettiin  
teoreettisiksi käsitteiksi, joiden avulla tutkimustulokset saatiin kuvattua. Näitä  
saatuja pääluokkia eli teoreettisia käsitteitä purettiin lisämi ja Tienoot -  
sivuston toimijoita huomioiden ja sivuston kehittämistä ajatellen. Alla olevassa  
taulukossa (Taulukko 2) tehtiin analysoinnin viimeinen vaihe, jonka tuloksena  
saatiin tutkimusaineistolle pääluokat.

TAULUKKO 2. Aineiston abstrahointi

Alaluokka	Yläluokka	Pääluokka
Sivuston sisällön kehittä- minen Sivuston tiedon kehittämi- nen monia palvelevaksi Sivuston palveluiden mo- nipuolistaminen	Sisällön tarpeellisuus	Sisällön monipuolis- taminen
Sivuston käytön lisäämi- nen Päivittämisen ominaisuuksien kehittäminen	Sivuston päivittäminen	Päivittämisen tarpeel- lisuus
Toimijoiden tasavertaisuus Toimijoiden palveluiden esilletuomisen kehittämi- nen	Jäsenyyden tarkoitus	Jäsenyys
Sivuston rakenteen suunnittelu	Sivuston rakenteen pal- velevuus	Sivuston suunnittelu
Löydettävyyden paranta- minen	Metatietojen tarpeelli- suus	Sivuston löydettävyyys

Yhdeksästä alaluokasta saatiin viisi yläluokkaa, joille etsittiin niitä parhaiten kuvaan teoreettinen käsite eli pääluokka. Pääluokat ovat tämän tutkimuksen tuloksia, joiden avulla toimeksiantaja voi ryhtyä kehittämään sivustoa käyttäjäystävällisemmäksi ja toimijoita paremmin palvelevaksi. Pääluokat käsitellään yksitellen alaluvuissa 5.4.1–5.4.5.

#### 5.4.1 Sisällön monipuolistaminen

Etusivulla oleva tekstiosuus koettiin joidenkin mielestä suppeaksi ja innottomaksi. Joidenkin mielestä taas persoonallinen ja murrepainotteinen teksti koettiin hyvin savolaisuutta kuvaavaksi. Lähtökohtana tämän sivuston luomiselle oli huumori ja moni toimijoista ajattelee vieläkin sivustoa huumorilla, mutta osa ei. Etusivulla oleva teksti on kirjoitettu Savon murteella, jota suurin osa toimijoista piti positiivisena, mutta tämä ei yhteneväisesti toistu joka sivulla. Jossain on kirjoitettu kirjakieltä ja jätetty murre taka-alalle.

Jotkut tiedot sivustolla ovat syvemmällä kuin toiset ja se aiheuttaa klikkauksien määrän kasvua etsiessä. Perusajattelu on, ettei käyttäjä joutuisi etsimään tietoa liian kauan, koska vaarana on turhautuminen ja sivustolta poistuminen. Osa kuitenkin piti tätä ymmärrettävänä, koska sivusto on muutenkin laaja toimijoiden määrästä johtuen ja tietoa tulee olla tämän vuoksi riittävästi.

Moni ohjelmapalvelujen ja majoituspalveluiden tuottaja kaipasi sivustolle varauspalvelua tai suoraa linkkiä esimerkiksi tapahtumalippujen varaukseen. Sähköisen kaupankäynnin yleistymisen vuoksi useiden mielestä nykyaikaisilla verkkosivuilla täytyisi olla tämä mahdollisuus. Toimijat kuitenkin ottivat sen huomioon, että Iisalmi ja Tienoot -sivustolla on paljon eri alan yrittäjiä ja tällaisen palvelun tuottaminen saattaisi olla hankalaa.

Toimijoiden mielestä tämän hetkiset kielivalikoimat ovat monipuoliset. Varsinkin venäjänkielisiä sivuja pidettiin hyvänä asiana, koska venäläiset matkailijat ovat lisääntyneet alueella. Tämän lisäksi muutama toivoi saksankielisiä sivuja, koska saksalaiset matkailijat ovat myös lisääntyneet alueella. Jokaisella asiasta maininneella on kuitenkin omat verkkosivut sitten myös saksankielellä ja he uskovat, että jokainen osaa kuitenkin sen verran englantia, että Iisalmi ja Tienoot -sivusto palvelee hyvin näillä kolmella kielivaihtoehdolla.

Haastattelussa tuli myös ilmi, että useiden toimijoiden mielestä sivusto palveli tällä hetkellä hyvin yksityisasiakkaita ja matkailijoita. Sivuston suunnittelussa pitäisi kuitenkin huomioida myös ryhmämatkailijat, joiden osuus monen matkailualan toimijan asiakaskunnasta on suuri. Sivustolla saisi olla ryhmillekin suunnattuja kohtia, kun se tällä hetkellä oikeastaan palvelee pelkästään yksittäisiä matkailijoita.

Verkkosivun perustoimintoihin kuuluu palautteenantomahdollisuus, jota ei Iisalmi ja Tienoot -sivustolla ole. Monet kertoivat myös aika työlääksi tämän hetkisen päivittämisen, koska esimerkiksi sama tieto pitää päivittää moneen eri paikkaan. Sivustolla voisi olla jokin tapahtumakalenterin tyyppinen sovellys, jota päivittäessä esimerkiksi jokin tarjous näkyisi jokaisessa toimijaa koskevassa jutussa.

Positiivisina asioina pidettiin Iisalmi ja Tienoot -sivuston monipuolisuutta, hauskuutta ja laajaa sisältöä. Huumorin pohjalle luotu sivusto herätti monien mielestä tietynlaista mielenkiintoa sivustoa kohtaan ja tekee siitä persoonallisen, massasta erottuvan. Sisällön laajuutta pidettiin sopivana, koska kyseessä kuitenkin on monta eri toimialaa kuvaava palvelu.

#### 5.4.2 Päivittämisen tarpeellisuus

Haastattelujen aikana ajankohtaisuus tuli melkein jokaisen teeman alla jollain tavalla esille ja sitä pidettiin tärkeänä toimivien sivujen lähtökohtana. Varsinkin etusivulla olevan ”lukekaa, jotta tiedätte”-ajankohtaisia palkin uutiset kuvastivat monien toimijoiden mielestä luottamuksen puutetta, koska ne olivat vanhentuneita. Monet toimijoista tarjoavat erilaisia paketteja ja ohjelmapalveluita tämän sivuston kautta. Heidän mielestään olisi hyvä, jos etusivulla olisi ajankohtaista -palkin lisäksi esimerkiksi tarjous -palkki.

Marraskuusta 2009 lähtien omien tietojen päivitys on ollut toimijoiden omalla vastuulla, kun toimijoille annettiin tunnukset tietojen päivittämiseen. Tätä ennen omaa yritystä koskevien tietojen muuttaminen tapahtui niin, että toimija lähetti sähköpostilla lisälmen kaupungin markkinointiosastolle tiedot, joiden päivityksen sivuston vastuuhenkilönä toiminut Jarmo Miettinen hoiti. Moni toimijoista ymmärsi tämän ja piti tietojen päivitystä oman saamattomuuden syynä.

Kukaan toimijoista ei oman muistinsa mukaan ollut saanut sivuston päivitykseen tai yleiseen käyttöön minkäänlaisia ohjeita. Moni kuitenkin totesi, että sivuston tietojen päivitys oli helppoa ainakin niille, jotka ovat verkkosivuja aikaisemmin ylläpitäneet. Muutama toimija ehdotti, jos päivittämisestä ja sivuston yleisestä käytöstä tulisi muutaman A4-mittaiset ohjeet jokaiselle sivuston jäsenelle. Ohjeet olisivat käytännölliset myös uusille jäsenille sekä tarpeelliset jatkossa, kun siitä voi tarvittaessa katsoa, kuinka päivitys tapahtuu.

Osa toimijoista toivoi päivittämisen teemapäivää, johon kaikki jäsenet osallistuisivat ja kaikkien yritysten ja organisaatioiden kotipaikkakuntien tiedot päivitetäisiin. Samalla voitaisiin keskustella muiden toimijoiden kanssa siitä, kuinka tyytyväisiä he ovat sivustoon. Toimijat voisivat vaihtaa keskenään mielipiteitään ja miettiä sivuston kehittämistä.

#### 5.4.3 Jäsenyys

Suurin osa toimijoista ei kokenut saavansa hyötyä sivuston käytöstä. Joillakin ei ollut edes minkäänlaisia odotuksia sivuston suhteen ja siitä saatavaan hyötyyn. Käyttäjätyytyväisyyttä kysyttäessä toistuivat aikaisemmin ilmi tuodut asiat. Tärkeimpänä esille nousi ajankohtaisuus ja se oli yksi tärkeimmistä kehittämiskohtaista. Moni oli hämmästynyt, kuinka sivustolla oli yrityksiä, jotka eivät millään tavalla maksa sivustoon kuulumisesta mitään, vaan ovat esimerkiksi Iisalmen kaupungin omistamia yrityksiä tai muiden sivustolla olevien kuntien omistamia. Osa näistä on sivustolle maksavien toimijoiden kilpailijoita ja toimijoiden mielestä esimerkiksi osa tällaisista yrityksistä saa paljon enemmän luvattua näkyvyyttä Iisalmi ja Tienoot -sivustolla, vaikka eivät maksa jäsenyydestä mitään. Tuli myös esille, että sivustolla on edelleenkin sellaisia yrityksiä, jotka ovat eronneet sivustosta.

Useat toimijoista kaipasivat laajempaa kuvausta liiketoiminnastaan. Ehdotuksiin nousi muun muassa oma osio (esimerkiksi jäsenet), jossa olisi kaikki toimijat lueteltu, kuten tämän hetkisessä Iisalmi ja Tienoot -esitteessä on. Siellä voisi olla sitten jokaisen jäsenen alla, mitä toimialaa yritys edustaa. Toimijat olivat tyytyväisiä sivuston oman sijainnin löydettävyyteen.

Teknisiä virheitä ei kenelläkään ole tullut vastaan ja selaimet tukevat hyvin tätä sivustoa. Käytettävyydestä tuli esille taas tämä ajankohtainen tieto. Tämä sivusto kuitenkin palvelee monia alueen yrittäjiä ja on joillekin jopa ainut ilmoituskanava. Ylläpitämisen ja tietojen päivittämisen huomioimatta jättäminen saattaa vahingoittaa sivuston muiden toimijoiden imagoa ja yritystoimintaa. Monet kuitenkin ymmärsivät, että omien tietojen päivitys oli nyt yrittäjän omalla vastuulla, kun tunnukset annettiin toimijoille marraskuussa 2009. Nykyisiä tunnuksia pidetään hieman huonona, koska tunnuksia on yhdet ja ne ovat toimijoiden yhteisessä käytössä. Tämän takia niillä pystytään muokkaamaan kaikkia sivuston toimijoiden tietoja. Yksi toimijoista toi tämän esille ja oli hämmästynyt asiasta, koska sivuston jäsenet ovat osa toisilleen kilpailijoita ja tunnusten avulla sivustolla voi tehdä sabotaasia.



#### 5.4.4 Sivuston suunnittelu

Tutkimuksessa sivuston toimivuudella tarkoitetaan sitä, oliko toimija kokenut sivuston olevan selkeä ja tietoantava. Osan mielestä sivujen ja alasivujen jaottelu oli hyvä ja looginen ja osan mielestä ei. Monet olisivat miettineet jaottelua uudelleen ja myös sivujen otsikointia. Suurin osa kuitenkin näistä kokonaisuuksista on selkeitä, mutta kun sivustolla oli monta eri alan yrittäjää, oli vaikeaa saada sivustosta tasavertaiset kaikille toimijoille.

Etusivun visuaalinen ilme ja houkuttelevuus tulivat myös ilmi toimivuudesta. Monien mielestä visuaalista ilmettä tulisi kehittää kausiluonteisesti niin, että talvella voisi olla vaikka talvea kuvaavia kuvia ja niin edelleen. Etusivukin nosti tasavertaisuuden esiin, kun siellä on esimerkiksi kolme eri kuvaa eukonkannosta. Sivustot ovat kuitenkin ympärivuotiset ja sivustolla olevat toimijat harjoittavat liiketoimintaansa ympärivuotisesti, joten vuodenajat olisi hyvä ottaa huomioon. Etusivulla oleva mopopoika-kuva oli monien mielestä jo vanhentunut juttu. Jotkut taas suhtautuivat positiivisesti visuaaliseen ilmeeseen ja sivuston värimaailmaan ja pitivät sitä persoonallisena.

#### 5.4.5 Sivuston löydettävyys

Sivuston löydettävyydestä tuli myös kommentteja. Tämä aihealue ei ollut mukana teemahaastattelurungossa, mutta sen nosti kuitenkin muutama toimija esille. Sivuston löydettävyys on tällaisen sivuston kannalta tärkeä asia, koska kyse on matkailusta ja sivusto kattaa niin monen yrityksen tiedot. Tämän asian lisäksi myös sivuston osoitteesta tuli palautetta.

Monet toimijat toivoivat, että sivuston avainsanoja päivitetäisiin, että sivuston löydettävyys ja sijoitus hakukoneissa parantuisi. Muutama toimijoista huomasi, ettei sivustoa löytynyt esimerkiksi Googlesta hakiessa sanoilla lisalmi ja matkailu ja jos löytyi, niin vasta toiselta sivulta hakutuloksissa. Sivuston puutteelliset avainsanat huonontavat löydettävyyttä. Moni yksityisasiakas tai ryhmämatkojen järjestäjä todennäköisesti lähtee ensimmäiseksi hakemaan tietoa joltain hakukonetta käyttäen.

Toimijat pitivät kehitettävänä asiana sitä, ettei asiakkaan tarvitsisi tietää sivuston osoitetta ennakoon siellä vierailakseen. Kävijämäärä sivustolla ja sivuston kautta saatujen asiakkaiden ja ryhmien määrä luultavasti kasvaisi, jos metatekstin päivittämisestä huolehdittaisiin aina uuden toimijan liittyessä sivustoon. Usea toimijoista oli tyytyväinen sisällön helppoon ja nopeaan luettavuuteen. Monet pitivät tämänhetkistä tietoa riittävänä omaa liiketoimintaa ajatellen. Sivujen linkitystä yrityksen omille verkkosivuille toivottiin sekä niiden esille tuomista selkeämmin. Joidenkin toimijoiden linkit eivät toimineet kunnolla tai lainkaan.

## 6 POHDINTA

Tutkimuksen tavoitteena oli antaa toimeksiantajalle tarvittavaa tietoa Iisalmi ja Tienoot -sivuston toimijoiden mielipiteistä sivuston kehittämiseksi vastaamaan paremmin käyttäjän tarpeita. Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää Iisalmi ja Tienoot -sivuston toimivuuteen liittyvät ongelmat, mahdolliset kehitysehdotukset sekä toimijoiden tyytyväisyys ylipäättänsä sivustoon ja sen sisältöön haastatteleamalla sivuston toimijoita. Tutkimuksessa Iisalmi ja Tienoot -sivuston toimijat pääsivät esittämään omat näkemyksensä edellä mainituista asioista ensimmäistä kertaa. Alkuperäisten teemojen (toimivuus, käytettävyys, käyttäjätyytyväisyys ja sisältö) valitsemisessa onnistuttiin, koska tutkimusaineistosta saatiin viisi teoreettista käsitettä, jotka kaikki yhdistyvät näiden teemojen alle hyvin.

Tutkimusaineistoa analysoitaessa ja tuloksia kirjoittaessa tärkeimmäksi kehityskohteeksi mielestämme nousi yhteisten pelisääntöjen sopiminen. Kaikilla sivuston toimijoilla pitäisi olla jonkinlainen velvoite esimerkiksi tietojen päivittämiseen, ettei sivusto herättäisi luottamuksen puutetta yksityisasiakkaissa vanhentuneilla tiedoillaan. Iisalmen kaupunki tai Ylä-Savon Matkailijat voisivat laatia jonkinlaisen sopimuksen yhteisistä pelisäännöistä, joka kaikkien toimijoiden tulisi allekirjoittaa. Huomasimme myös, että toimijoilta puuttui yhtenäinen ajattelutapa. Kyseessä on kuitenkin monien eri alojen sivusto ja kaikkien toiveet ja tarpeet tulisi jollain tavalla huomioida. Yhteinen illanvietto tai palaveri varmasti selkeyttäisi monien ajatuksia sivustosta. Osalle toimijoista verkkosivujen päivitys on uutta eikä heillä löydy siitä kokemusta. Monet toimijat uskaltaisivat päivittää tietoja sivustolle, jos siihen olisi selkeät ohjeet. Tämä olisi myös hyvä siinä tilanteessa, jos ja kun sivustolle tulee lisää uusia toimijoita.

Säännöllisten iltamien, palavereiden tai kokoontumisten järjestäminen toimijoille poistaisi epätietoisuutta sivuston käytöstä ja päivittämisestä sekä loisi toimijoiden kesken tietynlaista yhteishenkeä. Tällaisissa tapahtumissa toimijat pääsisivät vaihtamaan mielipiteitään, saisivat kysyä neuvoa mahdollisiin ongelmatilanteisiin ja toimeksiantaja saisi myös arvokasta tietoa toimijoiden suhtautumisesta sivustoon. Toimijoiden tyytyväisyyttä ja kokemuksia sivuston käytöstä voisi kysyä säännöllisesti ja tämä tutkimus antaa hyvän pohjan tuleville lisätutkimuksille aiheesta.

lialmi ja Tienoot -sivuston linkittäminen esimerkiksi toimijoiden omille kotisivuille ja lialmen kaupungin sivuille parantaisi sivuston nykyistä löydettävyyttä. Linkittäminen voisi olla molemminpuolista: sivusto olisi linkitetty toimijoiden sivuille ja toimijoiden kotisivut olisivat linkitetyt lialmi ja Tienoot -sivustolle. Tämä parantaisi huomattavasti sivuston löydettävyyttä eri hakukoneista, kuten Googlestä, koska kuitenkin moni matkailija hakee ensisijaisesti tietoa internetistä.

lialmi ja Tienoot -sivusto luotiin kesällä 2008 palvelemaan Ylä-Savon alueiden yrittäjien, yhteisöjen ja eri alojen organisaatioiden markkinointia. Pääosin haastatellut toimijat kokivat sivustosta saadun hyödyn vähäiseksi ja monilla oli hyviä ajatuksia sivuston kehittämiseksi. Monet eivät olleet perehtyneet sivustoon ja sen käyttöön kunnolla, koska kokivat sen vievän paljon aikaa ottaen huomioon yrittäjän arjen.

Valitettavaa oli huomata, kuinka harva toimija käsitti, millaisessa sivustossa on mukana. Saamamme tieto oli vähäistä ja osaa ei pystytty hyödyntämään. Osassa haastatteluja kävi ilmi, ettei toimija ollut käyttänyt sivustoa ollenkaan tai ei ollut vastuussa oman yrityksensä osalta tämän sivuston ylläpitämisestä. Puutteellinen valmistautuminen haastatteluun johti ympäröiväisiin vastauksiin, joista ei meille ollut merkittävää hyötyä. Pidimme kuitenkin tuloksena sitäkin, että toimija ei osaa käyttää saamiaan tunnuksia tai ajanpuutteen vuoksi hänen on hankala päivittää omaa yritystään koskevaa tietoa sivustolla.

Haastattelujen aikana huomasimme, että moni toimija oli epätietoinen sivuston tavoitteista antaa toimijalle näkyvyyttä. Oli valitettavaa huomata, kuinka moni toimija maksaa sivuston käytöstä, vaikka ei koe saavansa siitä minkäänlaista hyötyä tai on puutteellisesti paneutunut sivuston toimintaan, eikä tiedä, mitä tietoja sivustolla on hänen yrityksestään.

Joukossa oli kuitenkin sellaisiakin toimijoita, jotka pitivät sivuston jäsenyyttä merkittävänä oman yritystoimintansa ja markkinoinnin kannalta. Toimijoilta, jotka olivat päivittäneet tietojaan ja käyttäneet sivustoa enemmän, saimme paljon kehityskelpoista tietoa ja monipuolisia näkemyksiä sivustosta. Heistä huomasin, että he ovat miettineet näitä asioita ja heillä riitti mielenkiintoa keskustella teemoista syvemmin.

Haastatteluajojen sopiminen toimijoiden kanssa tuotti hieman ongelmia, mutta tästä huolimatta haastatteluja saatiin sovittua niin, että aineiston kylläntyminen saavutettiin. Epätietoisuus siitä, millainen toimijoiden alkuvuosi oli, aiheutti myös epävarmuutta. Haastattelut saatiin kuitenkin tehtyä ja aikataulusta jäätiin vain päivällä. Litteroinnin osalta jäimme aikataulusta pari viikkoa, mutta kyse oli vain yhdestä haastattelusta, muut saatiin litteroitua aikataulun mukaisesti. Aineisto saatiin analysoidua aikataulun mukaan maaliskuun puoleen väliin mennessä. Kokonaisuudessa opinnäytetyö tuli olla valmista huhtikuun 2010 puoleen väliin mennessä ja kypsyysnäyte kirjoitettu kevään viimeisenä tenttipäivänä.

Opinnäytetyön tekeminen parityönä oli ainakin tämän työn kannalta hyvä asia. Litterointivaihe olisi ollut raskas tehdä yksin. Haastattelujen vetäminen ja litterointien jakaminen antoi kummallekin yhtä paljon tekemistä. Aikataulut saimme keskenämme sovitettua hyvin kiireisestä keväästä huolimatta. Parityönä tekeminen kasvatti molempien yhteistyö ja ryhmätyöskentelytaitoja. Työ oli erittäin työelämäläheinen, koska siinä päästiin eri alojen yrittäjien kanssa vuorovaikutukseen ja täytyi osata edustaa omaa kouluaan ja olemaan tietyllä tavalla asiantuntija. Työ myös sisältyi hyvin molempien painopisteopintoihin, jotka oli yritysten tietojärjestelmät ja viestintä.

Työtä tehdessä pääsimme tutustumaan ja perehtymään aihetta käsitteleviin lähteisiin. Nyt, kun tuntemusta verkkosivustoista on enemmän, suhtautuu niihin ehkä hieman tarkkailevaisemmin kuin aikaisemmin. Verkkosivustoja selaillessa huomio kiinnittyy enemmän sivuston visuaaliseen toteuttamiseen ja asia sisältöön ja sen palvelevuuteen. Tutkimuksen aikana pääsi myös näkemään yritys-elämää ja ymmärtämään, kuinka haastavaa on toimia yrittäjänä, kun kaikki pitää hoitaa yksin tai pienellä henkilökunta määrällä. Useat toimijoista olivat ilahtuneita, että tällainen tutkimus järjestettiin. Toimijoiden positiivisesta palautteesta sai itsevarmuutta työn tekemiseen ja sen kautta tutkimus tuntui tärkeältä.

Jälkeenpäin ajatellen teemahaastattelurunkoa ja itse haastattelutilannetta olisi ollut hyvä harjoitella etukäteen. Mietimme haastattelukysymyksiä etukäteen, mikä oli hyvä asia. Haastatteluissa olisi osannut varmasti paremmin johdatella keskustelua, jos olisi ollut omaa kokemusta tämän sivuston päivittämisestä ja tunnuksien käyttämisestä. Olemme kuitenkin tehneet tämän tutkinnon aikana pari verkkosivustoa, joten sen ansiosta ymmärsi paremmin toimijoita. Analysointivaihe oli työläs, kun ei ollut aiempaa kokemusta analysointitavasta. Tämä vaihe oli oikeastaan ainoa kohta tässä koko prosessissa, joka herätti meissä epävarmuutta.

Opinnäytetyön tekeminen muiden opintojen ohessa tuntui välillä raskaalta, mutta helmikuun lopussa opetuksen loputtua kirjoittaminen tuntui helpommalta. Olemme tyytyväisiä siihen, että löydettiin sopiva aihe jo hyvissä ajoin keväällä 2009. Tämä tutkimusmenetelmä oli molemmille uusi ja hyvää pohjaa työskentelyyn antoi tutkimusmenetelmät -kurssi, joka pidettiin marraskuun ja joulukuun aikana 2009. Käsitteiden ymmärtämistä auttoivat painopisteopinnot, joita oli oikeastaan koko opinnäytetyön prosessin ajan. Nyt, kun olemme opintojen aikana käyneet läpi molemmat tutkimusmenetelmät, tuntuu, että hallitsimme perusasiat asioiden tutkimisesta ja erilaisien aineistojen tulkinnasta. Työn aikana haettiin tietoja useista eri lähteistä, joten tiedonhankintataidot kehittivät myös. Tiedon etsiminen on tärkeä asia tämän hetken työelämässä.

Tutkimus oli tästä aiheesta ensimmäinen, joten tämä avaa hyvän perustan sivuston jatkotutkimuksille. Sivuston ollessa tuore on hyvä aloittaa sen tarkkailu näin alkuvaiheessa ja jatkaa sitä säännöllisesti. Puolesta vuodesta kahteen vuoteen on mielestämme sopiva väli tällaisten tutkimusten tekemisessä. Jatkotutkimusten ei tarvitse olla näin laajoja, vaan esimerkiksi verkkokysely riittäisi hyvin tyytyväisyyden mittaamiseen. Säännöllisten kokoontumisten järjestäminen parantaisi huomattavasti toimijoiden tyytyväisyyttä.

Tutkimusta tehdessä huomasimme, että toimijatkin olivat ymmärtäneet internetin merkityksen nykypäivän yritysmaailmassa. Iisalmi ja Tienoot -sivuston avulla toimijat ovat laajentaneet yrityksensä markkinointiympäristöä kilpailukykyisemmäksi. Toimijat haluavat hyödyntää internetin saatavuutta, koska sen avulla yritysten on yhä helpompi ja nopeampi tuoda esille omia palveluitaan ja tuotteitaan.

## LÄHTEET

Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Prima Oy.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2009. Tutkimushaastattelu, teemahaastattelujen teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Hämeenlinna: Kariston kirjapaino Oy.

Nielsen, J. 1993. Usability Engineering. Boston: Academic Press.

Parkkinen, J. 2002. Hyvään verkkopalveluun! käytettävyysopas verkkoviestijöille. Tampere: Tammer-Paino Oy.

Pohjanoksa, I., Kuokkanen, E. & Raaska, T. 2007. Viesti verkossa, digitaalisen viestinnän käsikirja. Juva: WS Bookwell Oy

## Painamattomat lähteet

Atmentor Mentoring group. Yritykset. [Viitattu 1.11.2009]. Saatavissa: <http://www.atmentor.fi/tuotteet2.asp?hid=200>

Blom, V. & Rossi, T. Steerco. Käytettävyys voidaan varmistaa menetelmällisesti. [Viitattu 9.3.2010]. Saatavissa: <http://www.steerco.fi/Default.aspx/86/K%C3%A4ytett%C3%A4vyyden%20varmistaminen>

Evaluating User Satisfaction. User-Centred Product Creation in Interactive Electronic Publishing. 2003. [Viitattu 7.2.2010]. Saatavissa: <http://www.vnet5.org/pub/approach/satisfaction.html>



Korhonen Hanna. Verkkoviestintää käytännössä – www-sivuston rakentaminen. [Viitattu 10.11.2009]. Saatavissa:

[http://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/yviperust/artikkelit/verkay\\_teksti.html](http://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/yviperust/artikkelit/verkay_teksti.html)

Käytettävyysohjattu vuorovaikutussuunnittelu. 2009. Jokela Timo. [Viitattu 15.11.2009]. Saatavissa: [www.joticon.fi/white\\_paper\\_JFunnel.pdf](http://www.joticon.fi/white_paper_JFunnel.pdf)

Miettinen, Jarmo. 2009. Myyntipäällikkö. Haastattelu 4.6.2009. Kulttuurikeskus. Iisalmi.

Miettinen, J. 2007. Mediatiedote. 0.6.2007. Iisalmen kaupunki. Tiedote.

Mäntylä, Jukka. 2006. www-sivun saatavuuden automaattinen arviointi DOM -rajapintaa käyttäen. Jyväskylän yliopisto, Tietotekniikan opettajankoulutusohjelma. Jyväskylä. Progradu -tutkielma. [Viitattu 15.11.2009]. Saatavissa:

<http://huba.kapsi.fi/jmantyla/gradu/luku2.html>

Verkkosivujen laatuohje. 2008. Osuuskunta Sange. [Viitattu 15.11.2009]. Saatavissa: <http://www.sange.fi/ohje-verkkosivujen-laatu>

Verkkojulkaiseminen. 2004. [Viitattu 31.3.2010]. Saatavissa:

<http://www.valt.helsinki.fi/blogs/web/s2004/luento3.htm>

Website Development-Site Functionality. The website marketing group. [Viitattu 6.2.2010]. Saatavissa:

<http://209.85.129.132/search?q=cache:eoZ9oBNg0p8J:www.thewebsitemarketinggroup.com/maintain-your-website/website-development-site-functionality-sydney-australia.html+site+functionality&cd=5&hl=fi&ct=clnk&gl=fi&client=firefox-a>

Website functionality. 2005. [Viitattu 6.2.2010]. Saatavissa:

<http://www.simplebydesign.com/pages/functionality.html>

Iisalmi ja Tienoot. Ylä-Savon Matkailun Tekijät. [Viitattu 6.2.2010]. Saatavissa:  
<http://www.iisalmijatienoot.fi/fi/>

11.5.2010

TOIMIJOIDEN KOKEMUKSIA IISALMI JA TIENOOT -SIVUSTOSTA

Olemme kaksi tradenomiopiskelijaa Iisalmen Savonia ammattikorkeakoulusta ja teemme opinnäytetyötä. Työn tarkoituksena on selvittää Iisalmi ja Tienoot -sivuston toimivuuteen liittyvät ongelmat, mahdolliset kehitysehdotukset sekä toimijoiden tyytyväisyys ylipäättänsä sivustoon ja sen sisältöön haastattelemalla sivuston toimijoita. Tutkimuksella kerätään tietoa toimijoiden mielipiteistä, käyttäjätyytyväisyydestä ja mahdollisista kehitysehdotuksista sivustoon liittyen. Tutkimuksella ei tutkita Iisalmi ja Tienoot -sivuston asiakkaita. Tutkimus ei käsittele sivuston esteettömyyttä.

Opinnäytetyön tavoitteena on saada Iisalmen kaupungille kehityskelpoista tietoa Iisalmi ja Tienoot -sivuston toimijoiden mielipiteistä sivustosta ja sen toimivuudesta, sivuston sisällöstä ja toimijoiden tyytyväisyydestä sekä mahdollisista kehitysehdotuksista. Työn kautta Iisalmi ja Tienoot -sivuston toimijat pääsevät esittämään omat näkemyksensä edellä mainituista asioista ensimmäistä kertaa.

Tutkimus suoritetaan teemahaastatteluna ja tavoitteena on haastatella sivuston jokaista toimijaa. Haastattelut suoritetaan tammikuun aikana ja haastattelujankohtien sopiminen alkaa ma. 11.1.2010. Toimijoita tavoitellaan puhelimitse. Sovittua haastattelujankohtaa ennen toimijoille lähetetään sähköpostilla etukäteen teemahaastattelurunko eli teemat, joita haastattelun aikana käsitellään. Toimija voi siis etukäteen miettiä jo asioita, joita haluaa tuoda ilmi haastattelun aikana. Lisätietoja:

Elisa Ryhänen  
045 121 4897Saija Tervo  
050 376 3212[Elisa.T.Ryhanen@student.savonia.fi](mailto:Elisa.T.Ryhanen@student.savonia.fi) [Saija.Tervo@student.savonia.fi](mailto:Saija.Tervo@student.savonia.fi)

## Teemahaastattelurunko

## LIITE 2

## Taustatiedot:

Toimijan nimi, yrityksen nimi, toimiala ja sivuston käyttöaika.

## Toimivuus:

- Sivuston selkeys
- Tiedonsaanti etusivulla
- Käyttäjämäärä yrityksessä
- Kehitysehdotukset

## Käytettävyys:

- Käytön nopeus ja selkeys
- Käytön helppous
- Sivuston tekninen virheettömyys
- Oman sijainnin löydettävyys
- Ohjeistus
- Tiedon löydettävyys: nopeus ja helppous
- Kehitysehdotukset

## Sisältö:

- Sisällön laajuus
- Tämän hetkisen tiedon tarpeellisuus
- Tiedon vastaavuus toimijan tarpeisiin
- Kehitysehdotukset

## Käyttäjättyytyväisyys:

- Sivuston hyöty toimijalle
- Tyytyväisyys
- Perustelut
- Kehitysehdotukset

## Aineiston pelkistäminen

Alkuperäinen ilmaus	Pelkistetty ilmaus
<p>No varmastikkin majoitus ja ruokailu ja nämä on aika selkeitä et ei varmaan niitten osalta oo mittään kommentoitavaa et sieltä löytyy ne tekijät mitä tällä alueella on ja mehän ollaan ite siellä aktiviteetit osastolla ja sitten se menee siihen pitkään rimpsuun missä on kaikki ja siin on ne ohjelmapalvelut ensimmäisenä. Sinällään se on monen klikkauksen kautta löytyy sitten se ohjelmapalvelut, en tiedä voisko ne palvelut olla erillisenä, koska täällä alueella on muitakin tekijöitä et et se vois olla ihan omalla tavallaan ku siinä on se aktiviteetit.</p>	<p>Sivuston jaottelun kehittäminen</p>
<p>No sillä sivustolla on selkee rakenne. Siin on hyvin eroteltu tapahtumat, matkailu ja siinä on se helppo niinku, helppo löytää se tieto mitä on hakemassa ja siellä ei mittään niinku ylimäärästä eikä se oo kovin monimutkainen, että siitä tykkään. Se on niin yksinkertainen se rakenne, ettei se vois olla yksinkertaisempi niin se on kaikkein paras tiedonhakijalle tai tiedonetsijän kannalta.</p>	<p>Sivuston rakenteen yksinkertaisuus</p>
<p>– – Ulkoasuun sillä tavalla, että jotakin tässä vois enemmän tähän alueeseen viittaavaa nyt sitten olla ja semmosta kausiluontoisuutta ehkä sitten, että joko kuvion tai kuvien kautta – – Tässähän on niinku hirveen tapahtumapainotteinen vaan tämä etusivu – – Kuitenkin ympärivuotinen ympärivuotisesti pyritään monessa paikassa varmaan sitä matkailu matkailua tekemään – – Että tässäkin on itse asiassa kolme eri kuvaa eukonkannosta</p>	<p>Sivuston graafinen toteuttaminen</p>
<p>– – Värimaailma ja kuvat ja tämä mikä siinä on niinku pohjana niin niin niin se on hyvin tämmönen persoonallinen ja hyvän näkönen ja must se on kyllä ihan selkee ja kaikki on tosi hyvin esillä.</p>	<p>Sivuston visuaalisen ilmeen monipuolisuus</p>
<p>No ainakin se, että päivitteet pitäs. Siellä nytteenkin on tai pikkujouluista puhutaan etusivulla ja... Moni männöö tämmöselle sivulla ja kahttoo, että tähän ei oo ennee voimassakkaan, ku tämä on... Siellä puhutaan 2009 vuodesta.</p>	<p>Tämän hetkisen sisällön ajankohtaisuus</p>

<p>– – Siellä näkyy vanhaa tietoa olevan ja semmosia yrityksiä, jotka ei kuulu esimerkiksi YSMA:aan enää ja nekin löytyy sieltä listasta, et kyl se on sitten varmaan jonkun vastuu, täytyy olla, et kuka mikä se on se taho ottaa pois sen tavarat pois, jos jokainen sen päivittää henkilökohtaisesti niinku oman yrityksen osalta.</p>	<p>Sivuston tämän hetkiset toimijat</p>
<p>Toimivat sivut pitäis olla ajan tasalla olevat ja nämä sivut ei oo sitä – – Siinä vois olla tämmönen tapahtumapalkki ja sitten ihan ihan semmonen tarjouspalkkia esimerkiksi tai sitten eihän niitten oo pakko olla tarjouksia, mutta jotakin paketteja, jota sitten tarjotaan.</p>	<p>Sivuston sisällön lisääminen</p>
<p>– – Tässä pitäis olla jonkunlainen velvoite olla sitten myös niitten omien, että koska, jos on yhteinen sivusto niin niistä sitten kaikille on hallaa, jos siel on – – Niinku alueellisen matkailun kannalta, et siellä on niitä vanhoja tietoja ja sitten toisekseen, jos on sitten tämmöset yhteiset, että jos aattelis, että tänne tulis vaikka joku pop up -juttu tai jotakin semmosta joka elävöittäis tai joku kilpailu tai joku kampanja, joka tulis tässä etusivulla niin sillon tietystisiinä vois ihan tuota olla tämmöstä vuorottelua, että kuukausittain vois niinku jokainen yrittäjä päästä siinä esille – –</p>	<p>Sivuston yhteisten pelisääntöjen puuttuminen</p>
<p>– – Et, jos sieltä yhtä ja tiettyä tietoa lähtee kaivamaan niin kyl siinä saa niinku joku aika varmasti niinku matkailija lähtee sinne kaivamaan niin hän saa varmaan siellä jonkin aikaa pyöriä, et päässöö sieltä löytää.</p>	<p>Sivuston tiedon löydettävyys</p>
<p>– – Ite, kun menin sinne niin ihan vailla ohjeita mää sinne menin, mutta se nyt oli niin helppo ja koska oon nettisivuja muuten päivittänyt niin niin siinä ei ollu mitään vaikeutta, mutta tuota ehkä joku ohje vois olla, jos tullee uusia käyttäjiä niin ihan kuitenkin – – Mutta ehkä, jos ei oo kokemusta niin voihan se olla vähä arpapelissä, että kuinka se tapahtuupi – – Sieltä piti kuitenkin osata löytää tavallaan siinä päivitys puolelle, ku meni niin sitten se mistä löydät sieltä aina niinku alavalikosta hakkee sitten se oma päivitettävä sivu, että ei ehkä ihan het oo heleppo,</p>	<p>Toimijoiden päivittämisen osaaminen</p>

jos ei mittään ohjeistusta oo saanu.	
– – Semmonen muutama A4:nen ois tuota semmonen – – paperinen tai voihan se olla missä vain, mutta niiku paperiversio siitä on sitten helppo – – Jos tullee joskus tenkapoo, jos sattuu pitkä väli olla, että jotain ei oo tehny – – Semmonen pikaopas niinku.	Sivuston käyttöohjeiden tekeminen
– – Vaikka tämmönen päivittämisen teemapäivä, että kaikki ot- tas oman kuntasa tiiot mukkaan tuota ja ja tuota niinku ohjatusti niitä sitten päivittä.	Toimijoiden kouluttami- nen sivuston käyttöön
Periaatteessa joku semmonen tilaisuus vois vaikka olla, että kaikki ne ketkä siellä on niin vois vaikka miettiä sitä omaa tyyty- väisyyttä tai tyytymättömyyttä saman pöydän ääressä. Silloin tavallaan kaikki sais sen tiedon mitä siinä tilaisuudessa vaihe- taan niin sellaisena, ku se tullee eikä ja niinku samanlaisena se olis se tieto.	Toimijoiden kuuleminen sivustosta
No niinku sanoin mitenkä Google löytää sen sivuston, että (hmm) kirjoittaa vaikka Google ja lisalmi ja Tienoot tulee sivus- ton nimi ja sitten lyhyt kuvaus siitä verkkosivusta. Niin siinä on samaa tekstiä kuin etusivulla elikkä sekään ei ole kovin houkut- televa. Niin voisko siinä olla niinku lyhyesti ja tiiviisti siinä heti Googlessa mitä siinä se sivusto pitää sisällään elikkä siellä olis tapahtumia ja matkailua ja muuta, mutta kun siinä aletaan pu- hua Ylä-Savo on jotakin niin ei se oo kiinnostava ja sitten taas testasin sitä että kun kirjoitin Googleen lisalmi ja matkailu niin se ei löydy se lisalmi ja Tienoot –sivusto ennen kun toisella sivulla hakutuloksessa eli senhän pitäis pystyä olemaan ykkössivulla ja sitten pitäis upottaa verkkosivun niinkun sinne metatekstiin näitä hakusanoja. Nehän puuttu sieltä minun mielestä kokonaan että ne ei ollu siellä ollenkaan että sinne pitäis ihan laittaa lisalmi, matkailu, lisalmi-tapahtumat, tämmösiä mitä kirjottaa. No se lisalmi ja tapahtumat tuli jo ensimmäiselle sivulla, mutta se oli vasta yheksäs tulos ja sitten se tuli sinne sen takia, koska se oli Haapaniemen Matkailu siellä lisalmi ja Tienoot sivulla mainittu	Sivuston löydettävyys Googlestä

<p>niin tulis mieleen, että jos sitä haluais käyttää semmosena kaiken kattavana sivustona, että matkailijat, jotka tulee Ylä-Savoon niin käyttäs sitä sivustoo niin sen pitäis Googlesta löytyä aika nopeesti, että – –</p>	
<p>Et ei niinku välttämättä jos lisalmi ja Tienoot osote et jos sitä ei niinku asiakas tiiä et ku se on niin persoonallinen osote. Sit jos menee lisalmen kaupungin sivuille niin sieltähän se löytyy mut että sieltä ois sitten linkki suoraan.</p>	<p>Sivuston puutteellinen linkittäminen</p>
<p>Tällä hetkellähän se ehkä suurin ongelma siinä on tämä, että siinä ei ole ajantasaista tietoa. Se on aika paha ongelma ja tosin siinä vastuu on meillä yrittäjillä, että tätä ajantasaisuutta siinä vain täytyy tehostaa ja potkia niitä itseämme vähän enempi.</p>	<p>Sivuston tietojen puutteellinen päivittäminen</p>
<p>Se sisältö on ok ja se ei ole liian raskas ja sen helposti ja nopeesti luettavissa ja meille riittää se sisältö mikä siellä tällä hetkellä on, että se on oikeestaan paras mahdollinen, että siinä on vaan kuvattu mitä meillä tapahtuu, millonka tapahtuu ja ehkä vähän esiintyjiä ja sitten se linkki mejän verkkosivuille ja sen ehkä vois vielä paremmin tuoda ilmi niinku sen linkin sinne verkkosivuille.</p>	<p>Sivuston tämän hetkisen sisällön monipuolisuus</p>
<p>Voisko siellä kenties olla sitten, jotenkin tuotu esille se, että kun on ne tapahtumat niin mitenkä sitten niihin tapahtumiin voi ostaa lippuja? Mitkä olis vaikka linkki meilläkin netissä on niitä lippuja myynnissä niin linkki sinne suoraan, mistä voi ostaa tai sitten kerrottu ennakkomyyntipaikkoja.</p>	<p>Sivuston palveluiden kehittäminen</p>
<p>– – Sähköisestä kaupankäynnistä niin se tavallaan se semmonen varausmahdollisuus niin sen asian kehittäminen niin, mutta tuota se on taas sitten aika mitenkä mää sen sanosin, että onko se näitten sivujen asia vai jonkun muun sivun – – Se ei välttämättä oo pelkkä tekninen suoritus vaan se on vähän vähän mejän yrittäjien omasta tahosta ja asenteesta ja viitseliäisyydestä kysymys – –</p>	<p>Sivuston sähköisen kaupankäynnin mahdollisuus</p>
<p>Meillä on saksalaiset silleen vahva, mutta tuota niin niin kyl mää</p>	<p>Sivuston tämän hetkisen</p>



<p>luulen, että nämä niinku riittää – – Luulen, että tuota englantia ossaavat, että meillä on omat sivut on kyllä saksaks – – En piä sitä sillä lailla ihan välttämättömyytenä kuitenkaan, että se on kuitenkin sitten yks päivityskohe lissee – –</p>	<p>ten kielivaihtoehtojen monipuolisuus</p>
<p>Se on varmasti just semmonen kokousmatkailijat et joku ettii sitten yhdyshenkilöt sitä pakettia mitä sieltä löytyy. Ei välttämättä saa kauheesti irti, et siellä ois pikkusen enemmän tavallaan kuka etsii niin sil ei oo hirveä työ niinku summittaisesti tai että siellä joutuu nyt aika summittaisesti tekemään kattomaa, et mitähän täältä sivustolta kokkeilis etsiä niin, niin nii. Se ei välttämättä oo ihan helppoo.</p>	<p>Ryhmämatkailijoille lisää tietoa</p>
<p>– – Jos aatellaan vaikka ryhmäasiakkaita niin tämä vois olla ihan oiva väylä tuoda esille tuota näitä yhteispaketteja tai semmosta, että saaha niin kun alueelle tämmöstä kiertomatkaajuttua tätä kautta – –</p>	<p>Sivuston mahdollisuudet kiertomatkaailun tarjoamiseen</p>
<p>Ja sit pisti silmään ryhmämatkoista, et meilläki on paljon ryhmätuotteita suunnattu ryhmille niin tuota ei ei siellä todellakaan oo ryhmäpuolta hirveesti sillee esillä, että näkis jotaki mahollisuutta et ois jossaki niinku kohdennettu ryhmille yksityiset matkailijat et tuotah.</p>	<p>Mahdollisten ryhmämatkailijoiden huomioiminen</p>
<p>Ehkä minä sitä semmosta näkyvyyttä enemmän kaipaisin sinne jollain lailla, että tulis tuota huomioiduksi – – Elikkä kyllä varmaan jokainen, joka on mukana näissä kuvioissa tai hankkeessa ehkä toivoo, että sille jotain, että ei varmaan lähetä mukkaan sen takia kuhan vaan ollaan jossain mukana.</p>	<p>Toimijoiden hyöty jäsenyydestä</p>
<p>– – Tälläkin hetkellä semmonen tilanne, et siellä näkyy vanhaa tietoo olevan ja semmosia yrityksiä, mitkä ei kuulu esimerkiksi YSMA:aan enää niin nekin löytyy sieltä listasta – – Kyl siel joku näkyy olevan, kaskkii yritystä, jotka ilmeisesti ei ole enää jäsenenä – –</p>	<p>Sivuston entiset toimijat</p>
<p>Jotenki sitä selkeyttä luoda ja niitä yrityksiä ketkä siinä taustalla on, että se ylipäättään on olemassa ja maksavat yritykset ja niin ku siinä näkys enemmän semmonen, et jollain tavalla se huk-</p>	<p>Toimijoiden näkyvyyden lisääminen</p>

<p>kuu et yhtälailla siellä näkyy museot ja kaikki muut tämmöset. He eivät maksa niistä mitään et hyö on kaupungin alla, että näin pienenä yrittäjä on silleensä, et toivos näkys enemmän.</p>	
<p>– – Siellä vois kyllä olla semmonen palauteboksi tai jonkinlainen webmasterin sähköpostiosoite kenties mainittu, että kyllä siellä oli mainittu lisälmen matkailun yhteystiedot, mutta sitten jos sitten haluais antaa palautetta siitä sivustosta ihan vaan joku muukin kävijä, et se on ihan tämmösen verkkosivujen perusasioita, että pitäis pystyy antamaan palautetta.</p>	<p>Vuorovaikutuksen kehittäminen sivuston käyttäjien ja ylläpitäjän välillä</p>
<p>– – Joku tapahtumakalenteri, että ei tarviis, jos täällä kunnassa tehdään Ylä-Savon alueelta, että ne nyt niin päivittyis jokaiseen paikkaan en muista nyt – – Että ei tarvii niinku viiteen paikkaan käydä tekemässä samoja, että kerralla menis niinku – –</p>	<p>Sivuston päivittämisen kehittäminen helpommaksi</p>
<p>– – Et se jotenkin ois pikkusen laajempi ihan se jäsenten esittely jollain tavalla siellä – – Niin ehkä ois yks mahdollisuus semmonen et näkyis alavalikkona, josta se sitten jokainen sais siihen esimerkiksi jonku kuvan tuoda ja sitten kertoo vähän toiminnastaan laajemmin muutamalla lauseella vähän hankala monellekin – –</p>	<p>Toimijoiden yritysesittelyt</p>